كتابك

تأليفه ونشره وبيعه

تأليف

ديفيد جوركمان

ترجمة

فؤاد عبدالعال

مدير إدارة النشر- مركز النشر العلمي

جامعة الملك عبدالعزيز

جدة

الرياض

١٤١٤هـ/ ١٩٩٣م

بسم الله الرحمن الرحيم

مطبوعات
مكتبة الملك فهد الوطنية
السلسلة الثانية (١٣)

تعنى هذه السلسلة بنشر الدراسات والبحوث في إطار علم المكتبات والمعلومات بشكل عام

ⓒ مكتبة الملك فهد الوطنية ، ١٤١٤هـ.

٠٧٠,٥
٩٥٥ س جوركمان ، ديفيد
كتابك : تأليفه ونشره وبيعه تأليف ديفيد جوركمان ؛ ترجمة فؤاد عبدالعال .- الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية ، ١٤١٤هـ/ ١٩٩٣م .
١٩٥ ص : ايض ؛ ٢٥سم .- (السلسلة الثانية ؛ ١٣)
ردمك ٥ ـ ٩ ـ ٠٠٠ ـ ٩٩٦٠
١ . التأليف ٢ . نشر الكتب ٣ . الكتب – صناعة وتجارة
أ . عبدالعال، فؤاد ، مترجم ب . العنوان

رقم الإيداع : ١٤ ـ ١٤١٠
ردمك : ٥ ـ ٩ ـ ٠٠٠ ـ ٩٩٦٠

المملكة العربية السعودية الرياض : ١١٤٧٢ ص.ب : ٧٥٧٢ هاتف : ٤٦٢٤٨٨٨ ناسوخ : ٤٦٤٥٣٤١

المحتويات

الخطوة		الصفحة
	التقديم	١١
	المقدمة	١٤
	التأليف	
١	لماذا تنشر بنفسك؟	١٨
٢	ما هو الكتاب؟	١٩
٣	الخبرة المباشرة	٢٠
٤	سوقك	٢٢
٥	تصوُّر كتابك	٢٣
٦	خُلْوتك	٢٥
٧	أولوياتك	٢٨
٨	استمرارية عملك	٣٠
٩	الحياة الطيبة	٣١
١٠	التوثيق	٣٣
١١	الحساب متعدد الدروب	٣٤
١٢	البحث	٣٥
١٣	نظام حفظ المعلومات	٣٨
١٤	الأدوات	٣٩
١٥	مراجع للكتابة الجيدة	٤٠
١٦	شياطين على طول الطريق	٤١
١٧	كافئ نفسك	٤٤
١٨	المخطط التمهيدي	٤٥

١٩ اختبر أفكارك ٤٦
٢٠ «١٥» إشارة أساسية للكتابة ٤٧
٢١ المواعيد النهائية ٥١
٢٢ الكتابة الأولية ٥٢
٢٣ تحرير مخطوطتك ٥٤
٢٤ اختيار العنوان ٥٥
٢٥ أجمل التهاني ٥٦

النشـــــر

١ قبل أن تنشر ٦٠
٢ بيانات حق الطبع ٦٢
٣ الرقم الدُّولي المُقنَّن للكتاب ٦٣
٤ رقم بطاقة فهرس مكتبة الكونجرس ٦٤
٥ إعداد مخطوطتك ٦٧
٦ طباعة الحروف ٧١
٧ التصحيح ٧٩
٨ الرسومات ٨٤
٩ الصور الفوتوغرافية ٨٧
١٠ الظِّلِّيَّات ٨٩
١١ التصغير والتكبير ٩٣
١٢ اللقطات الخطية والمعكوسات ٩٥
١٣ الموجبة الفلمية ٩٦
١٤ أدوات اللصق ٩٧
١٥ عادات اللصق ١٠١
١٦ ملاحظات تصوير الملصوقة ١٠٤

١٧	الطباعة الملونة	١٠٥
١٨	غُلالات الألوان	١٠٦
١٩	أجزاء الكتاب	١٠٩
٢٠	عن هذا الكتاب	١١٣
٢١	عن الغلاف	١١٧
٢٢	ابحث عن الطبّاع المناسب	١٢١
٢٣	ابحث عن الصفّاف المناسب	١٢٣
٢٤	التجارب اللوحية وتجارب الصفحات	١٢٥
٢٥	لصق كتابك	١٢٦
٢٦	كتابك المنشور	١٢٩

البيـــع

١	أرسل كتابك إلى	١٣٤
٢	البيع بالطلب البريدي	١٣٦
٣	تجهيزات الطلبات البريدية	١٣٨
٤	تسعير كتابك	١٣٩
٥	بيع كتابك	١٤٠
٦	دعاية مجانية	١٤٢
٧	فن كتابة الإعلان	١٤٧
٨	دوافع الناس	١٥٠
٩	وكالتك الإعلانية المنزلية	١٥٢
١٠	بطاقة الأسعار	١٥٤
١١	الإعلان المبوب	١٥٦
١٢	العائدات	١٦٠
١٣	الإعلان البارز	١٦٢

١٤ إعلان الصفحة الكاملة ١٦٥
١٥ الإعلان البريدي المباشر ١٦٨
١٦ برنامجك الإعلاني ١٧٣

قصة هذا الكتـــاب ١٧٥
ثبت المصطلحات (عربي/ إنجليزي) ١٧٧
(إنجليزي/ عربي) ١٩٤

العنوان الأصلي للكتاب :
Write Publish & Sell it Yourself! The Complete How-To Guide
by **David Bjorkman,** First Printing, January 1979.
تمت هذه الترجمة بإذن خطي من الناشر.

إن كتابة ألف كتاب تبدأ بكلمة واحدة

أريستاركوس

التقديم

الحمد لله . . الحمد لله أخرجنا من بطون أمهاتنا لانعلم شيئًا؛ وعلمنا مالم نكن نعلم، والصلاة والسلام على من أدَّبه ربه وعلَّمه فكان للبشرية خير مُعلِّم؛ صلوات الله عليك ياسيدي يارسول الله وعلى آلك وأصحابك أجمعين؛ وبعد:

فقد كان لي أخٌ صديق، يعمل معنا في جامعة الملك سعود، رئيسًا لقسم التزويد، إنه شقيق غربتي، العزيز إلى قلبي، القريب إلى روحي، الدكتور يحيى ساعاتي، ولعلَّنا نكون قد التقينا على مايهوى وما أهوى، فقد كان يهوى النشر ويعشقه، وله فيه رأي وآراء، وأنا أهوى النشر وأمارسه، ولي فيه رُؤية ورُؤى، ولطالما التقينا، وتناقشنا، ودار الحديث بيننا سجالا، ولعل ذلك قد انعكس على عمله، فقد اعتنى بتزويد المكتبة بالكثير من الكتب والمصادر في مختلف مجالات التحرير والنشر.

وذات صباح؛ حضر إلى مكتبي، وكنت وقتها رئيسًا لقسم النشر العلمي بجامعة الملك سعود، وفي يده كتاب *«Write, Publish, Sell It Your Self»* ووضعه على مكتبي قائلاً: ما رأيك في هذا الكتاب؟ ونظرت في عينيه فقرأت فيهما الكثير، فلطالما تحدثنا في صمت!! وكنت وقتها مشغولاً للغاية، لقد كان وقت فراغي كله مخصصًا «لقاموس التغذية وتكنولوجيا الأغذية»، مسكينة زوجتي!! ومسكينة صغيرتي!! ولكن والحق يقال لقد جذبني العنوان، وشدَّ انتباهي؛ بل وشغلني، واطلعت عليه فاستحوذ على تفكيري، وها أنا بادئ ذي بدء، وبعد سبع سنوات أردُّ الفضل إلى أهله، وأوجه الشكر والعرفان؛ بل والتحية إلى أخي الدكتور يحيى ساعاتي -يحفظه الله.

وكان لي جارٌ صديق عَلَمٌ من رجال الإعلام في وطنه، قام على ترجمة كتاب

يقرب عدد صفحاته من أربع مئة صفحة؛ أنفق في ترجمته قرابة أربع سنوات، ثم أعطاه لناشر، وكان الاتفاق كالعادة نسبة مئوية (١٢,٥٪) من سعر الغلاف وأن تتم المحاسبة سنويًا، والتقيته على غير موعد ساهمًا متجهمَ الوجه، وعلمت خَبره «لقد كان نصيبي من كتابي في العام الأول. . (٨٥٠) ريالا» قالها والحسرة تأكل قلبه «كم سهرت»، «وكم عانيت»؛ قالها متمتمًا، وحسبها بطريقة غريبة «إن هذا المبلغ أقل من تكاليف نسخ الكتاب على الآلة الكاتبة» مسكين صاحب الحق، يكد ويكدح ليجني غيره ثمرة جهده؛ لانقول للناشر لاتربح ولكننا نقول له اربح، ودع صاحب الفضل يربح مثلك.

تُرى لو كان بيد صاحبنا أن ينشر كتابه بنفسه، وأن يبيعه بنفسه، أكان هذا حاله؟! وتذكرت الكتاب، لقد مر مؤلفه بالتجربة نفسها، ونهشت التجربة كبده أهذه الدُّريهمات هي كل مايجنيه المؤلف مقابل ما أنفق من سنوات عمره في تأليف كتاب؟! لماذا لايجني الربح كله لنفسه؟ سؤال سرعان ما حرك فيه دوافع التعلّم والمعرفة والإصرار، ورأى من حوله كُتَّابًا كِبارًا من بني جلدته يفعلون ذلك يؤلفون وينشرون ويبيعون، فتعلَّم وعَرف وسَبَر أغوار الطباعة، ودرس أساليب التسويق والبيع، ومارس ذلك كله، وأحبه كله، ونجح، كان نجاحه باهرًا، وجنى الربح الذي كان يجنيه الآخرون من ثمرة جهده، فأصبحت كُتبه بين يديه من صنعة يديه، وأرباح عمله كلها لديه، وسرعان ما أصبح يملك دارًا للنشر تُدِرُّ عليه الربح الوفير، ويعيش عيشةً رغدة؛ إنه لم يكتف بذلك، فأراد أن ينقل تجربته إلى الآخرين، فكتب هذا الكتاب بلغة قومه، وأردت أن أنقل تجربته إلى الآخرين، فنقلته بلغة قومي لعلهم يحذون حذوه، ويفيدون منه كل إفادة؛ ليت ذلك الجار الصديق، وكلُّ جار، وكلَّ صديق، وكلَّ صاحب قلم، وكل من يَحلُم أن يكون صاحب قلم وغيرهم وغيرهم، وهم كُثُر، يقرأون هذا الكتاب فيتَّبعون خطواته ويحذون حذوه، فيكون لهم الربح كلُّ الربح؛ معنويًا كان أو ماديًا لقاء ما سهروا وعانوا وكدوا؛ ليتهم يفعلون!

الكتاب جديد، جديدٌ في مادته، جديدٌ في مدخله، جديدٌ في طريقة عرضه، جديدٌ في تناوله للموضوع، كُتِبَ بضمير المخاطب لذا فأنت تحس وأنت تقرأه وكأن مؤلفه يجلس أمامك، يتحدث إليك، ويكاد يحس أنك لم تستوعب ما قال فيقول لك اقرأه مرة ثانية.

الكتاب مُقسم إلى ثلاثة أقسام: التأليف، والنشر، والبيع؛ كتب كل قسم في خطوات منتظمة الإيقاع، بسيطة ميسرة، مع التركيز على العوامل النفسية، وتحريك الدوافع، خطوات تنتقل بك تدريجًا حتى تجد نفسك وقد أنجزت إحدى مراحل الكتاب الثلاث، وما من شك أن للتأليف هيبته ومهابته، والنشر كذلك؛ والبيع أيضًا؛ ولكننا عندما ندخل مجال أيّ منهم ونؤديه في خطوات متتالية، فإننا نتغلب على هذه الهيبة والمهابة، وسرعان ما نجد المتعة في كل خطوة نتعلمها، فما الحياة إلا خبرات من خَبِرَها تعلم وعاش حياً، ومن لم يَخْبِرها جَهِلَ ومات حيّاً..

وإني إذ أتقدم بهذا العمل إلى كل عَالِم وإلى كل كاتبٍ وإلى كل شابٌ وإلى كل من يَحلُم بكتاب بين يديه يحمل اسمه؛ لأسأل الله العلي القدير أن يَنفَعَ به، وأن يُنْتَفَع به، وأن يَجْعَلَه من الباقيات الصالحات إنه سميع قريب مجيب الدعوات.

فؤاد عبدالعال

جدة في ٢٣ ربيع الأول ١٤٠٧هـ

٢٥ نوفمبر ١٩٨٦م

المقدمة

لعل الرغبة قد راودتك في تأليف كتاب منذ عهد بعيد؛ بل ربما تكون قد اشتريت عدداً من الكتب المماثلة لهذا الكتاب لتدلك على كيفية تأليفه. إن إحساساً خفياً يقول لي إنك لم تكتب هذا الكتاب بعد. لماذا؟

إن كثيراً من الكتب التي تتناول هذا الموضوع تُعطى لمحاتٍ عن «كيف تؤلف؟»، و«كيف تبيع؟»، ولكنها تغفل أهم خطوة ألا وهي: «كيف تبدأ». وينقسم هذا الكتاب إلى ثلاثة أقسام: التأليف، والنشر، والبيع. ويتدرج بك كل قسم في خطوات منطقية سهلة الفهم، يمكنك أن تؤديها بإمكاناتك الذاتية، وفي منزلك.

ورغم أنه لايمكن لأحد أن يقول لآخر «كيف يُؤلّف؟» بالضبط، إلا أنه يمكنه أن يُقدِّم النصح عن «كيف يبدأ؟» بوضع روتين جيد للتأليف، وإعداد مُناخٍ منتج.

إنك باتباعك لمنهجيةٍ مدروسة- سواء كانت منهجاً بذاته أو مجموعةً من المناهج مقدر لها النجاح- فإنك ستتعلم كيف تُقسِّم مشكلات تأليف كتابك ونشره وبيعه بنفسك إلى أمور صغيرة سهلةُ يمكنك تحليلها والسيطرة عليها، كلٌّ على حدة. إن معالجة جميع مشكلات النشر دَفعة واحدة لهو أمر مستحيل، كما أن تعلمك خطوةً واحدة في كل مرة لهو أمر بسيط ومتعة، حقاً إنه متعة!

وسيُساعد هذا الكتاب في أمور ثلاثة: فعلاوة على تأليف كتاب طالما تمنيت أن تكتبه، فإنك ستتعلم كيف تنشره وتبيعه بنفسك- مسيطراً بذلك على الأرباح.

فهل أنت مستعد؟

ألِنسپارك، كلورادو

أكتوبر ١٩٧٨

ديفيد جوركمان

ألم يحن الوقت لتتخذ قراراً؟

بسم الله الرحمن الرحيم

إنه في يوم الموافق / / ١٩ أقر أنا
الموقع أدناه أني قد قررت أن أؤلف كتابي

التوقيع: ....

الشاهد: ....

الآن يمكنك أن تبـــــدأ.

التأليف

الخطوة ١ لماذا تنشر بنفسك ؟

عندما تنشر كتابك، فإنك تتحكم تماماً في كتابته، وتوضيبه، وطباعته وبيعه. فليس عليك أن تعتمد على وكيل لبيع نَصِّك، كما لايتحتم عليك أن تنتظر حتى تختارك إحدى دور النشر التجارية من بين مئات المؤلفين المجهولين.

فمعظم دور النشر لاتحتمل المغامرة بكتاب لمؤلف غير معروف، إذ يجب عليها لكي تَخرُج دون ربحٍ أو خسارةٍ، أن تبيع على الأقل ١٠,٠٠٠ نسخة. إنهم لايمسّوا كتاباً لاتنتظره سوقٌ كبيرة مسبقًا، ومعظمهم لايجد وقتًا لقراءة كل نص يقدم إليه.

إنك حينما تنشر بنفسك، فإنك تتحمل كل المخاطر، وتتمتع بكل الفوائد. ومن أجل الفوائد التي ستجنيها من نجاح كتابك، فإنك سوف تُعطيه الوقت والعناية التي يستحقها. فأنت حينما تعمل بعض الوقت في منزلك، فإنك ستتعلم خطوات النشر والدعاية والتسويق. ولاشك أنك سوف تظل تذكر هذه المهارات الجديدة؛ لأنك سوف تُمارسها فعلاً.

ارتقِ إلى مراتب مارك توين، وزين جراي، ولورد بيرون، وكارل ساندبيرج، وجيمس جويس، ود. هـ. لورانس، وهنري ديفيد ثورو، وغيرهم ممن نشروا أعمالهم بأنفسهم.

استثمرها في مستقبلك. إن لم تفعل، فمن ذا الذي سيفعل؟

★★★

أفضل ماتقتنيه، بعد الأصدقاء الأوفياء، هو الكتب الجيدة

كالب كولتون

الخطوة ٢ ما هو الكتاب ؟

إنك تعيش عصر تفجر المعلومات. ويتعلم الإنسان المعاصر بل ويكتشف أفكاراً جديدة بمعدلات لاتتوازى مع ماسجله التاريخ. والكتب هي إحدى الوسائل التي تتمشى مع هذا التفجر في المعلومات.

والكتاب هو معلومات مطبوعة عن أي موضوع ممكن تصوره، مصاغة ومرتبة بتسلسل في فصول ومجلدة في غلاف. ويجب ألا يخطر في بالك ذلك الخطأ الشائع أن الكتب التي تؤلف تقتصر على القصص. فلا شيء أبعد عن الحقيقة من ذلك!

ومع تراكم المعلومات وتغيُّرها الدائم، فإن الإنسان المعاصر يحتاج إلى كتب أكثر واقعية، إنه يحتاج إلى معرفة التطورات الحديثة في مهنته، هواياته، صيانة منزله، الطب، النقل، السياسة، القانون، الضرائب... وهكذا.

اذكر أي موضوع وستجد عنه لا محالة كتاباً. ولكن إذا كنت تعرف عن موضوع ليس به كتاب، فلاتتردد واكتب واحداً.

دع الآخرين يشاركونك ماتعرفه بأن تكون مؤلفًا، مرجعًا في مجال تخصصك. إن نشر الكتاب ليس سراً غامضاً إذا ماعرفت الاصطلاحات الأساسية التي ستتعلمها في القسم الثاني من هذا الكتاب.

دعنا نواصل المسيرة!

★★★

إن كنت تعرف شيئا حق المعرفة، فعلمه للآخرين

تايرون إدواردز

الخطوة ٣ الخبرة المباشرة

إن أسهل كتاب تؤلفه هو الذي يجسد خبرتك المباشرة. لماذا؟؛ لأنك تعرف الخطوات التي تتناولها لحل مشكلة بذاتها.

وإذا كانت لك وظيفة أو هواية أو اهتمام معين يجعلك أكثر معرفةً بمجال أو مُنتجٍ مُعيَّن، فإن لديك أساساً طيباً لتؤلف كتابك الأول. فكثير من الناس يريدون بل ويحتاجون إلى معلومات صائبة ميسرة يمكنهم قراءتها وتطويعها دون الحاجة إلى الرجوع إلى خبير يفسرها.

فإذا كانت لديك معلومات يمكن للآخرين أن يستفيدوا منها ويستخدموها، فإن لديك سوقًا لكتابك. وإذا كنت ترى أن عددًا كبيرًا من الناس سوف يشترونه، فلعلك حينئذٍ تكون في سبيلك إلى الكتاب الأكثر رواجًا. تمهل، وأعد قراءة الجملة السابقة، فكّر في احتمالات السوق المتوقعة لك. إنك ستعرف كيف ستصل إلى ذلك في القسم الثالث من هذا الكتاب. ولكن، لنعد مرة أخرى إلى «كيف تبدأ؟».

الآن، دوِّن ثلاثة مجالات لديك فيها خبرة، وترى أن الآخرين قد تكون لديهم الرغبة في قراءتها وتعلُّمها. اكتب كل شيء، حتى ولو كان يبدو غير مهم فإذا رأيت أن هناك حاجةً إلى شيء مما دونت، فأمامك سوق تنتظرك.

١ –

٢ –

٣ –

لقد بدأت الآن تُفكر جدياً في موضوع كتابك الأول. وإذا تَراءَت لك بعد مدة ما فكرةٌ أخرى أفضل، فاخترها. أما إذا بدا لك أن أياً من هذه الأفكار لم يكن مناسبًا، فدّون ثلاثًا أخر، وهكذا، حتى تُفصِح أفضلُها عن أنها هي التي ستكتب عنها. خذ وقتك– فأنت لم تُحدِّد بعد موعدًا لإنجاز هذا العمل.

أما إذا تصادف وتجمَّعت لديك ثلاث أفكار، فاختر أسهلها وأكثرها إغراءً، فهو أولاً وأخيرًا كتابُك الأول. لاحظ: أنك لم تكن تعرف كيف تبدأ قبل ذلك، أما الآن فلديك على الأقل فكرة واحدة لكتاب، ومانحن إلا في الخطوة الثالثة!

تحقق من جميع المعلومات التي يمكنك أن تتقاسمها مع الآخرين، وخُذْ عن ذلك مقابلاً في الوقت نفسه.

★★★

مهما كان الإنسان عالما أو بليغا فإنه لم يتعلم شيئا بحق

إلا ماتعلمه من خلال تجربته

ويلانر

الخطوة ٤ سوقك

بعد أن اخترت موضوعك، فإن الخطوة التالية هي تحديد سوقك. والسوق هي تلك المجموعة من الناس التي سوف تشتري كتابك.

أجب عن التالي:

١ – هل ستكون سوقي هي الشاب، الشيخ، المُعوَّق، ربة البيت، صاحب السيارة، الغني، المتعلم، ... إلخ؟

٢ – هل هي سوق كبيرة؟؛ هل في مقدوري أن أُحدِّد رقمًا؟

٣ – هل يمكنني أن أكتب كتابي ليصل إلى أناس أكثر؟

وإذا تمكنت من الإجابة عن هذه الأسئلة إجابةً مرضيةً، فستكون لديك فكرةٌ عامة عن سوقك. وإذا كان في إمكانك أن تصل إلى ملايين الناس، فهيا افعل ذلك مهما كلَّف الأمر. ومن ناحية أخرى، إذا تصورت سوق كتابك على أنها لاتتجاوز ٢٣ فردًا فقط، فعليك أن تدرك هذه الحقيقة قبل أن تنشر ١٠,٠٠٠ نسخة.

يُشكل مئتان وعشرون مليونًا من الأمريكيين أسواقًا متنوعة. وبالتعرف على سوقك مسبقًا، فلن تصادفك أية مفاجآت.

الخطوة ٥ تصوُّر كتابك

عندما تكون قد اخترت فكرتك وعرفت سوقك، حاول أن تتخيل كتابك، قم بزيارة لمحلات بيع الكتب ملاحظًا الكتب العديدة المتاحة في أحجام وأشكال وألوان متنوعة. (عندما تقوم بذلك فإنك لاتتسكع، وإنما تبحث!)، كوِّن صورةً تُشكلها من أجزاء من هذه الكتب تجد لها صدًى في نفسك. إذا أعجبك حجم كتاب معين أو لونه أو شكله، فتخيَّل كتابك على نسقه.

١ - استرخ في غرفة هادئة مظلمة، واصرف عن ذهنك جميع الأفكار طاردًا إياها بعيدًا كلما جاءت. (تأكد من أنك مرتاح ومسترخٍ تمامًا تاركًا التوتر اليومي خارج الغرفة).

٢ - ما أن يُصبح ذهنك صافيًا، حاول أن تتخيل كتابك بين يديك.

٣ - أمسك كتابك، قلبه بين يديك مرات ومرات. هل غلافه مقوى أم أن غلافه من الورق؟؛ حاول أن تتخيَّل حجم ولون الغلاف الأمامي؛ تخيَّل العنوان.

٤ - اقلب الكتاب على وجهه الآخر. هل هو فارغ، أم عليه كتابة أو صورة. إن الغلاف الأمامي والخلفي لهما أهميتهما؛ لأن الناس تلحظهما وتقرأهما أولاً.

٥ - بعد ذلك افتح الكتاب لترى ما إذا كانت هناك صورٌ أو رسومٌ بداخله، تخيَّل أيضًا شكل الحرف الطباعي ونوع الورق المستخدم.

٦ - إذا لم تتمكن من تخيُّل جزءٍ، فدعه وتخيَّل غيرَه (فلم يحن الوقت لهذا الجزء بعد).

٧ - استمر في تخيُّل كتابك حتى تخبو الصورة. وفي المرة التالية أضف بعض التعديلات إذا تغيَّرت أفكارك.

لاتقلق إذا لم تتمكن من رؤية كتابك لأول وهلة. استرخ وجرِّب هذه الخطوات في يوم آخر. كل الناس لديهم القدرة على التصوُّر، ولكن كثيرًا منهم لم

يمارسـوها بعـد. حـاول أن تُفـجِّر في ذاتك هذه الـمَلَكَة المهـمـة بأن تـتناول هذه الخطوات، كلٌّ منها على حدة، عندما تكون مستعداً لذلك.



مؤلف ناشئ يتخيل كتابه

لاتقلق إذا تغيَّرت الصورة التي رسمتهـا في ذهنك لكتابك أثناء مراحله المختلفة، فالتغـيير سِمةُ الإبداع. وبالمداومـة على صقل كتابك وإدخـال التحسينات علـيه فإنه سيُصـبح كمـا تريده، عنـدمـا تذهب به إلـى صـاحب المطبـعـة. وباسـتـخـدامك للاصطلاحات الواردة بالقسم الثاني من هذا الكتاب فـإنك ستُخبره بماتريد بالضبط لأنك رأيته.

وبتكوينك لصورة كتابك في حالته النهائية، تكون قد بدأت تتبين هدفك.

الخطوة ٦ **خلوتك**

بعد أن تصوَّرت كتابك، فإنك ستكون في حاجةٍ إلى مكانٍ تَخلو إليه حيث يُمكنك أن تكتب. خلوةٌ تكون جزءًا من منزلك أو شقتك تسمح لك أن تكون:

١ – بمفردك وبدون إزعاج.

٢ – مُرتاحاً.

٣ – قريباً من مواد كتابتك.

ففي خلُوتِك، يُمكنك أن تبدأ الكتابة خلال دقائق، وتستمر دون أية مقاطعة، وأن تكون قادرًا على الكتابة دون أن يصرفك عنها شيء، فإن ذلك سيكون من أسباب نجاحك في إنهاء كتابك. خطط لخلوتك من البداية لتكون خُلوةً بالفعل.

إذا كنت تقيم في مساكن مزدحمة مع شخص أو أكثر، فقايض على المكان؛ بل وعلى الوقت الهادئ إذا لزم الأمر. فمثلاً، تصحب كلبك، وتلعب مع الأطفال، وترد على الهاتف لمدة ساعة كل يوم، إذا أمكنك الكتابة لمدة ساعة دون مقاطعة. ناقش الأمر مع أصدقائك أو أسرتك لترى مايمكن الاتفاق عليه. فإذا حصلت على الوقت والمكان بمفردك وحصلوا هم على الوقت فحسب فستغمركم السعادة جميعًا.

اجعل من خُلوتِك مكانًا مُريحًا ما أمكنك ذلك، مُؤثثًا إياه من أجل عملك ومُتعتك. لاتجعل منها مكانًا مزدحمًا، وإلا لن تتمكن من الحركة بسهولة. وإذا كنت من محدودي الدخل فأثثها قطعةً قطعةً.

دوِّن ماتحتاجه لتعمل في راحة:

١ – ....

٢ – ....

٣ – ....

٤ – ....

٥ – ....

إن وجود خلوةٍ قد يُحدد ما إذا كنت ستؤلف كتابك من عدمه. فالوقت الذي تقضيه بحثًا عن الورق والآلة الكاتبة ومكان العمل يستهلك طاقةً كبيرةً. وإذا كان عليك أن تجمع موادك كل مرة، فسرعان ماستضيق بالكتابة لأنها تُسبب لك إزعاجًا كبيرًا. فلاتحبط نفسك قبل أن تبدأ.



مؤلف ناشئ يبني خلوته

وستستخدم خلوتَك فيمابعد بوصفها إستديو للرسم وبوصفها مكتبًا عندما تكون مستعدًا للصق مخطوطتك من أجل الطبّاع، وعندما تكون مستعدًا لبيع النسخ المطبوعة بنفسِك. وطبقًا لإدارة الدخل العام، يُمكنك أن تَحسِم ذلك الجزء المناسب من تكاليف المعيشة المنزلية، بوصفه مصاريف تشغيل، من استمارة الدخل العام.

انظر، كم هي مهمةٌ تلك الخُلوة؟؛ خذ مايكفيك من الوقت لتُعد خُلوتك.

ابحث عن خــلوتــك



إن إقامة خُلوتك خطوةٌ مهمة

الخطوة ٧ أولوياتك

إن الخطوة التالية على طريق نجاحك هي تحديد أولوياتك وترتيبها. وتزداد أهمية هذه الخطوة بصفة خاصة إذا كان يومُك مشغولاً جداً، كما هي الحال بالنسبة للأمريكيين.

بدءًا من الوقت الذي تصحو فيه صباحًا حتى تأوي إلى فراشك مساءً، قَسِّم يومك إلى مدد زمنية كل منها ساعة على مدى الأسبوع وعطلة نهاية الأسبوع. ثم دَوِّن ماتفعله عادة كل ساعة. حاول أن تكون دقيقًا قدر الإمكان. سيأخذ جدولُك شكلاً قريبًا من النمط التالي:

٦,٠٠	صباحًا:	استيقاظ
٧,٠٠	صباحًا:	إفطار
٨,٠٠	صباحًا:	الذهاب إلى العمل
٩,٠٠	صباحًا:	عمل
١٠,٠٠	صباحًا:	عمل
١١,٠٠	صباحًا:	عمل
١٢,٠٠	ظهرًا:	غداء (وجبة خفيفة)
١,٠٠	مساءً:	عمل
٢,٠٠	مساءً:	عمل
٣,٠٠	مساءً:	عمل
٤,٠٠	مساءً:	عمل
٥,٠٠	مساءً:	عودة إلى المنزل
٦,٠٠	مساءً:	عشاء
٧,٠٠	مساءً:	عمل
٨,٠٠	مساءً:	غير مشغول
٩,٠٠	مساءً:	غير مشغول
١٠,٠٠	مساءً:	غير مشغول
١١,٠٠	مساءً:	نوم

٦,٠٠	صباحًا:	. . .
٧,٠٠	صباحًا:	. . .
٨,٠٠	صباحًا:	. . .
٩,٠٠	صباحًا:	. . .
١٠,٠٠	صباحًا:	. . .
١١,٠٠	صباحًا:	. . .
١٢,٠٠	ظهرًا:	. . .
١,٠٠	مساءً:	. . .
٢,٠٠	مساءً:	. . .
٣,٠٠	مساءً:	. . .
٤,٠٠	مساءً:	. . .
٥,٠٠	مساءً:	. . .
٦,٠٠	مساءً:	. . .
٧,٠٠	مساءً:	. . .
٨,٠٠	مساءً:	. . .
٩,٠٠	مساءً:	. . .
١٠,٠٠	مساءً:	. . .
١١,٠٠	مساءً:	. . .

وبعد أن وثَّقت عملك وعطلتك، يُمكنك أن تعرف على وجه التحديد كم تبقى لك من الوقت لكي تكتب. فإذا وجدت أن يومك مزدحمٌ جداً، فعليك أن تُحدد ماهي أولوياتك. اسأل نفسك عمايُمكن استبعاده. هل بعض النشاطات مضيعةٌ للوقت أو تافهة؟. استبدل الكتابة بهذا النشاط. أما إذا لم تجد شيئًا يمكن استبعاده، فحاول أن تستيقظ نصف ساعة أو ساعة مبكرًا، أو أن تأوي إلى فراشك نصف ساعة أو ساعة متأخرًا. عليك أن تُضحي من أجل مستقبلك. تَفحَّص جدولك بدقة ولاتسمح لشيءٍ تافهٍ أن يقف في سبيل مغامرتك الجديدة.

عندما تختار وقتًا للكتابة، جَرِّبه لمدة أسبوعين. هل تُعجبك الكتابة في هذه الساعة؟؛ هل أنت مُنتجٌ أو مبدعٌ؟؛ إذا كان الأمر كذلك فعدّها مدة كتابتك. أما إذا كان وقتًا هزيلاً، فاختر وجرِّب مرة أخرى.

إذا كنت تريد أن تُؤلف كتابك حقاً، فإنك ستجد الوقت لتفعل ذلك. اتخذ قرارك بأن تكتب وامضِ به قدمًا. فإنك ستشكر نفسك مراتٍ ومراتٍ عندما تجد كتابك منشورًا بين يديك.

★★★

ليست العبقرية إلا انتباها دائما

هلفيتيوس

الخطوة ٨ استمرارية عملك

كي تنجح في إنهاء كتابك، اجعل من الكتابة عادة يومية. فالروتين المنتظم يخلق عزيمةً تُمكِّنك من الاستمرارية في الكتابة. أما إذا لم يكن هناك استمرارية في برنامج كتابتك، فإن عليك أن تستعيد عزيمتك في كل مرة. وإذا كنت شارد الذهن، فإنك ستقضي معظم وقتك متوقفًا عند الحد الذي أنجزته بدلاً من تخطيه.

ربما تقول: «لكي أنسجم مع ملكة التوفيق الإبداعي لدي، علي أن أكتب لمدة ثلاث ليالٍ ثم لا أكتب شيئًا خلال الأسابيع الثلاثة التالية». حسنًا، ولكن متى ستنتهي من كتابك؟.

إن نصف ساعةٍ في اليوم هي بدايةٌ طيبة، ويُمكن توفيرها بسهولة بالنسبة ليومٍ مليءٍ بالعمل. إن اتباع روتينٍ يوميٍّ يُعطى مُعدَّلَ إنجازٍ ثابتٍ. وعليك أن تحزن حُزْنَك لفقد صديقٍ عزيزٍ لو أن جلسة واحدةً من جلسات الكتابة قد فاتتك- إنها ثمينة!

قدِّر وقتك المخصص للكتابة حقَّ قَدرِه- إنها مغامرةٌ جديدة- إن اتخاذك لموقف إيجابي سوف يدفع بكتابتك أكثر من أي شيء آخر. استغل هذا الوقت أفضل استغلال؛ لأن هذه الفرصة قد لاتُواتيك مرةً ثانيةً. فمن يدري ماذا تُخبئُ الأقدار؟

إنك تفعل ذلك من أجل نفسك - فاستمتع بوقتك.

★ ★ ★

إن سر النجاح هو ثبات الهدف

دزرائيلي

الخطوة ٩ الحياة الطيبة

إنك ستتذوق طَعم الحياة الطيبة عندما تُؤلف كتابك الأول. فالحياة الطيبة هي اختيارك لما تفعل في حياتك وأن تتدبر أمر قضائك لوقتك.

فأنت إذا أُقحمت الكتابة في العمل، فإنك قد تظن في بادئ الأمر أنك لاتحيا الحياة الطيبة. وقد لاتجد أي وقتٍ لأداء الكثير من أي عمل آخر. ومع ذلك، فبعد أن تُنهي مخطوطتك فإنك ستشعر بتحسن لأنك قد أنهيت شيئًا رغم الكثير من العقبات، وستكون أقوى لأنك قد نجحت.

سيساعدك هذا الكتاب على أن تبدأ مسيرةَ حياتك الطيبة. وحياةُ التأليف هي العمل الصعب وليست دومًا برنامج الثراء السريع. وإذا ما قررت أن تنجح، فأنت لديك المقدرة على بلوغ الحياة الطيبة. تَعرَّف على البدائل واتخذ قراراتك.

كثيرٌ من المؤلفين يكتبون لمدة أربع أو خمس ساعات يومياً، ثم يلهون بقية اليوم. إنهم يملكون كل مايحتاجون أو يريدون. بعضُهم يقضى عطلته ستة شهور من كل عام، إنهم ليسوا عبيدًا لساعات الدوام، هؤلاء الناس يعيشون الحياة الطيبة لأنهم عرفوا أن هناك بديلاً لأن يكونوا موظفين- فقد قرروا بكامل إرادتهم أن يكونوا كتَّابًا.

في بادئ الأمر، ينتابُك الخوف من أن تعمل عملاً حراً. ومع ذلك فبعد الصدمة الأولى، سيبلغ بك السرور مداه متعجبًا «لماذا لم تفعل ذلك منذ سنوات؟».

ماعليك إلا أن تُخطط ليومك، ثم تجني فيمابعد الأرباح من بيع كتابك. حاول من خلال هذه التجربة المثيرة بأن تكون رئيسَ نفسِك.

دوّن احتياجاتك وأهدافك. وإذا ما انتهيت من تأليف كتابك الأول، فانظر إذا لم تكن أقرب مايكون من تحقيق هذه الأهداف.

احتيـاجـات	أهـــداف
....	....
....	....
....	....
....	....

إذا كنت تريد أن ترى كتابَك الأول منتهياً بين يديك، إذن فعليك أن تبـدأ العمل في التوّ واللحظة.

اتخذ قرارك الآن لتحيا الحياة الطيبة.

★★★

ليس الحر إلا من كان سيد نفسه

إبكتيتوس

الخطوة ١٠ التوثيق

احمل معك دومًا مفكرة صغيرة وقلمًا. فعادةً مايحدث وأنت تقود سيارتك أو تسير في طريقك، أن تتواتر الأفكار التي تعطي لكل شيء تصورًا، أو التي تحل مشكلات تتعلق بكتابك. في الحال دوِّن هذه الأفكار قبل أن تخبو.

إذا عدلت عن الكتابة كل يوم، فاستغل هذا الوقت في التفكير والتخطيط لكتابك. فإذا ماخطرت لك فكرةٌ ما وفي إمكانك أن تقف بأمانٍ لتسجيلها، فافعل. أما إذا لم يتيسر لك ذلك، فاحفظها عن ظهر قلب حتى تواتيك الفرصة لكتابتها. أو سجِّل أفكارك على مسجِّل مُعدٍّ للتسجيل به شريط فارغ «١٢٠ دقيقة»؛ شغِّله ولاتتوانى.

إذا كنت في بادئ الأمر لاتجد وقتًا للكتابة، ولكنك عَدَّلت ذلك، فاستخدم هذه المدة لتبدأ كتابك. فإنك على نحوٍ ما ستنتهي منه لأنك قد بدأت.

أما عن وقتك الضائع فاستخدمه في شيء خَلاَّق بالتفكير والتخطيط لكتابك، ولكن تأكد من أنك تسجل جميع أفكارك.

انظر، ها أنت تكتب حتى وأنت في طريقك إلى عملك.

★ ★ ★

لا شيء يزدهر بدون عمل

سوفوكليس

الخطوة ١١ الحساب متعدد الدروب

الحساب متعدد الدروب هو قدرتك على تسيير برنامجك اليومي سلساً، في حين على مستوى (درب) آخر، تحل أية مشكلات تبرز من جراء تأليفك لكتابك.

فكّر في مشروعك دوماً، ملقياً بأي شيء مُرْبكٍ وراءَ ظهرك وأنت تشرع في عملك العادي. قد يأتيك حلٌّ ما وأنت تطلب العشاء في مطعم فاخر، على سبيل المثال، فإذا كنت تحمل قلمك ومفكرتك معك، فما عليك إلا أن تُدوِّنه. فإنك حينما تفعل ذلك، فأنت تُحوِّل انتباهك إلى مشكلات أخرى. وغداً، في خُلوتك، سيكون من السهل عليك أن تنتقل إلى الجزء التالي من كتابك، ولا حاجة بك لأن تُضيِّع وقتك في محاولة تَذكُّر تلك الفكرة الرائعة التي واتتك وأنت تتناول عشاءك الليلة الماضية.

قبل أن تأوي إلى فراشك، حاول أن تبرمج مخك على حل مشكلة ما. قد يأتي الحل على هيئة حُلْمٍ قبل أن تستعيد وعيك صبيحةَ اليوم التالي. مرة أخرى، اجعل قلمك ومفكرتك في متناول يدك حتى لايهرب الحل. إذا لم يأتِك الجواب في المرة الأولى، فحاول مرة أخرى في الليلة التالية، وإلا فالثالثة. إن استخدام الأحلام في الإبداع مَلَكةٌ أخرى يُمكنك أن تُنميها إذا ما أتحت لنفسك الفرصة.

جرّب الحساب متعدد الدروب، انظر كيف يساندك في رحلة كتابك، وستجد أنه كلما أضفت دروباً أكثر، تزايد نشاط ذهنك، وبالتالي يتزايد ماتكتب.

الخطوة ١٢ البحث

إن البحثَ في موضوع كتابك على درجةٍ كبيرةٍ من الأهمية؛ لأنه يسد فراغات قد لاتملؤها الخبرة الشخصية.

أين تبحث؟؛ المكتبة العامة هي أفضلُ مكانٍ تبدأ به. اذهب أولاً إلى قاعة المراجع. اطلب إلى المكتبي أن يساعدك في معرفة أماكن الكتب والنشرات التي تتناول موضوعك. ألقِ نظرةً على قائمة محتويات كل كتاب لترى إن كنت ستُفيد منه أم لا. إن كان كذلك، فدوِّن ملاحظاتك، وسجل كل فكرةٍ منها في بطاقة منفصلةٍ (٣×٥)؛ فيمابعد، يُمكنك أن تُرتب هذه البطاقات على أي نسق تريد.

وإذا تعرَّفت على أمين مكتبتك، فإنه (أو إنها) سيُخبرك عن أية مطبوعات في مجالك تكون قد وصلَت حديثًا. فكثيرٌ من أُمناء المكتبات تغبطهم مساعدةُ أي شخصٍ يُجري بحثًا في موضوع كتابه. تمتع بخبرات البحث والكتابة، إنها خطوات ستجعل منك خبيرًا في مجال تخصصك.

بعد أن تنتهي من جميع المواد الوثيقة الصلة بموضوعك في قاعة المراجع، انتقل إلى البحث في المجالات المتاحة. وفي الوقت نفسه الذي تجمع فيه معلومات منها، يجب عليك أن تلاحظ الإعلانات المبوبة، والإعلانات البارزة، وإعلانات الصفحة الكاملة، التي ينشرها مؤلفون آخرون، لأنك أيضًا ستبيع كتابك عن طريق البريد.

قد تكون المجلات التجارية مصادر طيبة للمعلومات في موضوعك. ومجلة «*Standard Rate and Data*» ليست مصدرًا يضم المجلات التجارية وحدها، بل يضم أيضًا جميع أنواع المجلات الأخرى. إن لم تجدها في مكتبتك فابحث عنها في المكتبة التجارية بجامعتك المحلية.

وأخيرًا، ابحث في فهرس بطاقات المكتبة لترى ما الكتب التي تختص بموضوعك ويمكنك أن تأخذها معك إلى المنزل لتقرأها بتمعُّن. وابحث أيضًا في

مصدرٍ آخر هو "Books in Print"، وهو قائمة عن الكتب الحديثة التي يمكن شراؤها من محلات بيع الكتب إذا لم تكن متاحة بالمكتبة.

اتصل بالمكتبة هاتفياً، واستفسر عماتريد، إذا لم يكن في مقدورك الذهاب إليها، أو اكتب إليهم عماتحتاجه من معلومات، وأرفق بخطابك مظروفًا عليه عنوانك وطابعًا بريدياً حتى يرسلوا إليك الرد.

بعد أن تنتهي من البحث في مصادر مكتبتك تمامًا، اتجه إلى دائرة الأعمال والصناعة في منطقتك للحصول على المزيد من المعلومات. تَصرَّف وكأنك مُخْبِر فربما تحصل على معلومات قيمة قد لاتجدها في مكانٍ آخر.

وقد تكون الصفحات الصُّفر (★)في دليل الهاتف خير عونٍ لك في الحصول على المعلومات. وإذا ما اتصلت بشخص ما ولم يُفدك، احرص على أن تسأله إن كان يعرف من يقدر على ذلك. بمثابرتك ودأبك في البحث، فإنك ستحصل على الكثير من المعلومات المفيدة.

احتفظ دومًا بكمية من البطاقات مقاس «٣×٥ً» أو مفكرة لتسجل أي شيءٍ مهم (وثيقة!). اجمع مادة بحثك بطريقةٍ منظمةٍ بدلاً من الاحتفاظ بها على ظروفٍ قديمةٍ أو على ظهر إيصالاتٍ قديمةٍ حصلْت عليها من إحدى محطات البنزين.

احتفظ دومًا ببعض البطاقات البريدية عليها طوابع البريد لترسلها على الفور في طلب معلومات مفيدة. فالبطاقات البريدية، بطبيعة الحال، أرخصُ من الخطابات البريدية. كما أنك بإرسالك بطاقةٍ بريديةٍ بدلاً من خطابٍ ستوفر أيضًا من وقتك.

(★) الصفحات الصُّفر: هي قسم من دليل الهاتف الأمريكي مطبوع على ورق أصفر يضم قائمةً هجائية برجال ومؤسسات الأعمال والمهن الحرة مصنفةً إلى فئات، إضافة إلى الإعلانات المبوبة.

احتفظ دومًا بأدوات بحثك في حقيبةٍ صغيرةٍ أو حقيبة يد لتكون في متناول يدك، على سبيل المثال: نوتة، أقلام، بطاقات بريدية، جهاز تسجيل، وآلة تصوير.

(في كثير من الأحوال يكون التقاط صورة أسرع بكثير من نسخ شيء ما.)

إنك بتعلُّمك كيفية البحث، ستتمكن بسهولة من أن تُصبح كاتبًا حرّاً غير رسمي لصحيفتك المحلية، والتي في الأغلب تُرحب بالإسهامات الخارجية. وربما تكسب أجرًا لقاء ذلك!، وإذا تمكنت من التقاط صورٍ لتدعيم مقالاتك لكان ذلك أفضل بكثير.

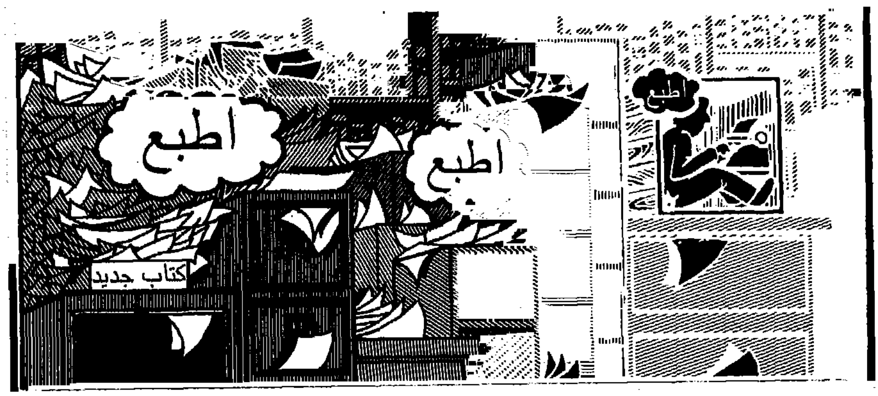
ومن يدري، قد يمدك البحث بأفكار لأكثر من عشرين كتابًا!

الخطوة ١٣ نظام حفظ المعلومات

بعد أن تجمع مادةَ كتابِك، رتِّبها بطريقةٍ مُصنَّفةٍ حتى يسهل استرجاعها.

إن الحفظ المنهجيَّ في هذه المرحلة سيُوفر عليك وقتك ويُجنبك المشكلات فيمابعد عندما تبدأ في تأليف كتابك.

وكما هو متبع في جميع الأعمال الأخرى التي يتولاها المرء بنفسه، ابدأ صغيراً ثم توسَّع عندما تستدعي الحاجة ذلك، ولا تلجأ إلى الدَّين لشراء مكتب كامل، تمهل وتعرف على احتياجاتك، ثم حققها، عندها سيكون الجو المحيط منسجماً مع الاحتياجات الضرورية، وليس حسب رغبات موظف المشتروات المكتبية الذي اعتزل لتوه بسبب كثرة مشترواتك.



مؤلف ناشئ ونظام حفظ مزدحم

استخدم خزائن الحفظ أو الصناديق أو الحقائب، مُرتبًا معلوماتك بأسلوب منطقي. ولكن، لاتُزحم خُلوتك بالملفات لدرجة لايمكنك معها أن تتحرك، وإلا تكون قد هدمت مارتبت، تماماً كما لو كنت لم تحصل على أي شيء. ولاتملأ خزائن معلوماتك ببحوث تكفي ١٠٠ كتابٍ وأنت لم تبدأ بعد في كتابك الأول.

الخطوة ١٤ الأدوات

لكي تُحدِّد ما الأدوات (آلة ناسخة، جهاز تسجيل، كاميرا، خزائن حفظ، . . . إلخ) التي عليك أن تَشتريها، انتظر حتى يحين وقتُ الحاجة إليها. وحينما تعرف ماذا تريد، اشترِ أفضلَ ماتَقدِر على سعره. إذ ليس أسوأ من اقتناء آلةٍ رخيصةٍ تنكسر وقتما تحتاج إليها.

ولكي تكتشف أيَّ الآلات أفضل، استفسر من أولئك الذين يستخدمونها كي تتكون لديك صورةٌ حيةٌ. فعلى سبيل المثال، اسأل المراسلين الصحافيين المحليين والكُتَّاب والأساتذة عما يوصون به ويفضلون.

استفسر من وكالات الإصلاح عن مدى جودة أداةٍ بعينها. فهناك ستعرف ماذا يعمل بصفةٍ دائمةٍ وماذا ينكسر غالبًا. اعقد صداقة مع شخصٍ ممن يعملون في الإصلاح وستحصل على ثروةٍ تُفيدك في مشترواتك.

ولكي تُوفر نقودَك فعليك شراء سلعٍ مستعملةٍ استعمالاً جيداً، مع ضمانٍ من وكالةِ إصلاحٍ موثوقٍ بها. جرِّب آلةً مهنيةً دون أن تشتري واحدةً جديدةً. ثم إذا أعجبتك فاشترِ واحدةً جديدةً عندما تكون قادرًا على ثمنها.

إذ الآلاتِ السليمةَ تُيسِّر لك عملك حتى لو كنت مبتدئًا.

الخطوة ١٥ مراجع للكتابة الجيدة

١ - **قاموس:** على الأقل قاموس مكتبي سيَفي بالغرض؛ وغالبًا ماتحوي القواميس معلومات أخرى مفيدة إلى جانب تعريفات الكلمات والهجاء- مثل قواعد الترقيم والاختصارات، والمُرادفات والمُناقضات.

٢ - **مَكْنَز:** عادة مايضم المكنز المُرادفات والمناقضات المُمكنة لمئات من الكلمات. استخدم قاموسًا لاختيار المرادف/ المناقض الأقرب للمعنى الذي تقصده.

٣ - ***Words Most Often Misspelled and Mispronounced***; Gleason and Colvin; Pocket Books, Inc.; New York (1963).

يحوي هذا الكتاب، وهو في حجم اليد، هجاءً، وتقطيعًا، وعلامات النطق لأكثر من ٢٣,٠٠٠ كلمة.

٤ - ***The Elements of Style***; Strunk and White; Macmillan Paper Backs; New York (1962).

يُغطي هذا الكتاب الوجيز أساسيات اللغة الإنجليزية، والقواعد الأولية لاستخدامها، والإنشاء، والشكل، والأسلوب.

٥ - ***Simple and Direct***; Jacques Barzun; Harper & Row; New York (1975).

كدليلٍ لكتابةٍ أفضل يُناقش هذا الكتابُ البيان، والربط والنغمة، والمعنى والإنشاء والمراجعة (يضم تدريبات).

٦ - ***On Writing Well***; William Zinsser; Harper & Row; New York (1976).

في أسلوب أدبي راقٍ وفي بعض الأحيان مُسلٍّ، يُقدّم بيُسرٍ إلى القارئ الخطوات الأساسية لكتابةٍ أفضل.

★★★

في الكتب، رأس الكمالات جميعها أن تكون واضحا وموجزا

جوزيف بتلر

الخطوة ١٦ شياطين على طول الطريق

ستُوسوس لك الشياطين على طول مسارك في التأليف. إنها المخاوفُ والحواجزُ التي تتداخل مع كتابتِك. والشياطين التي يجب أن تحذرها وتحترس منها هي:

١ – **شيطان «الضَّجَر»**: يقول «إنك لن تجني شيئًا من هذا فدعك منه. افعل شيئًا غيره بدلاً من أن تُضيِّع وقتك هباءً في هذا الهُراء الذي تكتب».

٢ – **شيطان «عدم الثقة في النفس»**: ويَسخَر منك قائلاً «ليس عندك مايؤهلك لتأليف كتاب. أضف إلى ذلك أنك لاتعرف بالفعل الموضوع الذي تكتب فيه، ولن يقرأه أحد بأية حال من الأحوال، وسيسخر منك أصدقاؤك. دعك من التأليف– فإنك لن تتمكن منه. اذهب وشاهد التلفزيون بدلاً من ذلك».

٣ – **شيطان «مشغول جداً»**: يرغي ويزبد «أليست لديك أعمال حتى تمسك بالقلم. إنك مشغول جداً لدرجةٍ لايمكنُك معها إعداد خُلوتك. والتوثيق يستغرق وقتًا وأنت لاتملكه الآن».

٤ – **شيطان «ربما العام القادم»**: «آه، أنت لاتكتب مادة كتابك الآن. دعه جانباً إلى العام القادم».

وهكذا تضع كتابك في درجٍ مُغلَّقًا مع مشاريع أخرى تَأْمُل أن تُنجِزها في العام القادم. وعندما يحين الوقت تنقل كل شيء إلى مكان آخر تحت عنوان «العام القادم»، وهكذا تتضاعف الأشياء التي تنقلها (تخيل هذه الصورة؟).

٥ – **شيطان «لاتكْمِل»**: بعد أن تكون قد بدأت في الكتابة، يوسوس لك، لاتكمل «فجأة» «دعنا نمضي إلى شيءٍ آخر». وتكون فكرته جيدة جداً لدرجة تجعلك تنفذها فوراً. وبعد مدة من الوقت يكون لديك أكثر من خمسة عشر مشروعًا لم تُنجز أياً منها.

سجِّل بعض الشياطين التي قد تواجهك عندما تكتب مادة كتابك:

١ –

٢ –

٣ –

٤ –

٥ –



مؤلف ناشئ يواجه الهواجس

وما أن تتعرف على هذه الشياطين، وتراها على حقيقتها وماتهدف إليه فإنها تتضاءل وتصبح عديمةَ الضرر فاقدةَ الأثر. ركِّز عليها بقوةٍ وتحدٍّ قائلاً لها إنها

غير مرغوبٍ فيها، فستنصرف في الحال. أما إذا لم تتعرف عليها فإنها ستتضخم ويتزايد تأثيُرها المروِّع. (لم يُعرف عنها أنها تنصرف من نفسها.)

ماذا تنتظر؟ العام القادم؟

★★★

تقول المماطلة ((سننتهز الفرصة القادمة كاملة))

شكسبير

الخطوة ١٧ كافئ نفسك

إذا ما أنهيت قسماً صعباً من كتابك، أو وصلت إلى حلٍّ مشكلة ما، أو حتى تعرفت على شيطانٍ وأمرته بالرحيل، فكافئ نفسك!؛ خذ قدراً يسيراً مماتحتفظ به لنفسك مما لذَّ وطاب واستمتع به. أو احتفل بإنفاق بعضٍ من المال الذي ادخرته لمثل هذه المناسبة. إن إثابتك لنفسك بعد الإنجازات الكبيرة سيدفعك إلى الخطوة التالية، ثم التي تليها، حتى تنتهي من كتابك.

كن كريماً مع نفسك. كافئ نفسك على طول الطريق.

★ ★ ★

عندما أحصل على قليل من المال، فإني أشتري كتبا

فإذا تبقى شيء فإني أشتري طعاما وكساء

إراسموس

الخطوة ١٨ المخطط التمهيدي

يُعطيك المخطط التمهيدي الشكل العام لكتابك دون تفاصيل. ويكشف لك عن أيٍّ الأقسام أهميتُه أساسيةٌ وأيُّها ثانويُّ الأهمية. ويُمكنك من أن ترى ما إذا كان السِّياق من جزء إلى آخر منطقياً ومتماسكًا ومعقولاً.

ضع مُخططًا عاماً على هيئة كلمات، أو جمل، أو عبارات موجزة قبل أن تبدأ في الكتابة. وعندما تكتب، قد تتغير أفكارك. أدخل هذه التغييراتٍ في أماكنها المناسبة من مخططك. يجب أن يعكس مخططك النهائي تطور كتابك في تسلسلٍ منطقيّ. (احتفظ بجميع مخططاتك القديمة حتى ترى كيف تطور كتابك من البداية إلى النهاية.)

إن المخطط هو دليلُك لتأليف كتابك. (قد يُستخدم هذا الدليل فيمابعد بوصفه قائمة محتويات لكتابك.)

هناك مثال لمخطط مبدئيّ لهذا الكتاب. لاحظ ماحدث من تغيير بمراجعة قائمة المحتويات.

١ - ماهو نوع الكتاب؟

٢ - الخبرة المباشرة.

٣ - البحث.

٤ - التصوُر.

٥ - الخُلوة.

٦ - استمرارية العمل.

٧ - وقت العمل.

٨ - الأولويات.

٩ - المواد والأدوات.

١٠- شياطين على طول الطريق.

١١- الاختبار.

الخطوة ١٩ اختبر أفكارك

اختبر أفكارك قبل أن تنشر كتابك. وهناك بعضُ طرقِ الاختبار: ألق محاضرةً أو شرحًا أو أدر حلقةً دراسيةً أو اكتب مقالاتٍ قصيرةً لجريدتك المحلية أو دَرِّس لفصلٍ ليليّ في أحد مراكز تعليم الكبار أو مدرسةٍ حرةٍ أو جامعةٍ.

إن إلقاءَ المحاضراتِ والشروحاتِ أو التدريسَ أو الكتابةَ يمكن أن تكوّن اختبارًا لمنهج كتابك، وتُيسر لذوي الخلفيَّات المتنوعة تَجربته. وستعرف ما إذا كان كلُّ جزءٍ فيمانَهَجت يُحدِث أثرَه، ويُمكنك تعديل مالايُحدث. وستستقبل رجع الصدى من أولئك الذين جـرَّبوا أفكارَك، وفي النهاية ستحصل على خبرة الاجتماع والتحدث إلى أناسٍ جُددٍ ذوي اهتماماتٍ مماثلةٍ (مُشترين مُحتملين!).

وبالإضافة إلى حصولك على معلومات عمايُحدِث أثره ومالايحدث من كتابك فإن ظهورك أمام الآخرين سيُعلمك الاتزان ورباطة الجأش ويُصقل من مقدرتك على التحدث. ابدأ بمجموعاتٍ صغيرةٍ في بادئ الأمر، إذا كنت من الذين تصطك أسنانُهم وترتعد فرائصُهم. وعندما تشعر بأنك مرتاحٌ انتقل إلى تجمعاتٍ أكبر بعد أن تحاضر مرتين أو ثلاثًا سترى كم هي سهلةٌ وستكون مخاوفُك مدعاةً لضحكك. فالخوفُ من التحدث أمام الناس شيطان، وأنت قد عرفت كيفية التخلص من الشياطين من الخطوة ١٦. وإذا كنت قد نسيت فأعد قراءتها الآن.

إنك باختبارك لأفكارك تكون قد أعددت نفسك لإجراء مقابلاتٍ مع مراسلي الصحف والمجلات فيمابعد عندما يحين وقتُ بيع كتابك. عوِّد نفسك لتكون مرجعًا عنه. من يدري؟ ربما تضع الأساس لسلسلةٍ من المحاضرات!؛ إذا طلب إليك أحدُهم أن تتحدث أمام جماعته، سوف ينتابُك الخوف إذا لم تكن قد مارست ذلك قبلاً.

أعدّ نفسك الآن لمجرى حياتك الجديد بوصفك مؤلفًا. إن أيَّ شيءٍ يُنمي هذا الاتجاه ويعمل على ترويج كتابك لهو من التخطيط الذكي.

الخطوة ٢٠ ١٥ إشارة أساسية للكتابة

١ – عليك أن تصوغ الهدف من كتابك في جملةٍ واحدةٍ. هل لديك اتجاهٌ واضحٌ في ذِهنك؟

٢ – حدِّد موضوعَ كتابك، وعليك أن توسعه بالتفاصيل، عندها ستنجح على الأرجح.

٣ – دَوِّن جميعَ أفكارك على ورق، في أي شكلٍ أيّاً كان. يُمكنك تنقيحُها فيمابعد.

٤ – لاتقلق بشأن الأسلوب– اكتب بأسلوبك وسيتطور أسلوبك الشخصي.

٥ – كن مُتساوقًا خلال كتابِك من أوله إلى آخره في الشخص (سمة الضمير)، والعدد، وزمن الفعل، البناء للمعلوم أو المجهول، والنغمة.

٥,١ الشخص: أيُّ الضمائر ستختار لتخاطب قراءك. هل ستستخدم «أنت» أو «أنا» أو «نحن»؟

٥,٢ العدد: المفرد أم الجمع. إذا ما اخترت الضمير «نحن» فإنك بطبيعة الحال ستستخدم فعل الجمع.

٥,٣ زمن الفعل: حاضر، أو ماضي، أو مستقبل، اختر زمن الفعل الذي ترغب أن تُخاطِب به.

٥,٤ بناء الفعل: تكون الأفعال معلومةً أو مجهولةً. الأفعالُ المبنية للمعلوم أكثر تشويقًا وإثارةً من الأفعال المبنية للمجهول. قارن:

معلوم– لقد رقصنا، وغنينا، وألقينا النُّكات طوال الليل.

مجهول– لقد أُلقيت النكات وغُنيت الأغاني ورُقصت الرقصات طوال الليل.

٥,٥ **النغمة:** العامية أو غير الرسمية، أو شبه الرسمية، أو الرسمية. إن مادة موضوعك ستُحدد النغمة التي يجب أن تختارها لمخاطبة القارئ.

٦ – تجنب الأمثال، والعامية، والدارجة، والتورية.

٦,١ **الأمثال:** تعبيراتٌ مستهلكة.

٦,٢ **العامية:** طريقةٌ سهلةٌ متحررةٌ من قيود اللغة للكتابة، والتحدث، غالبًا ماتختص بها منطقةٌ جغرافيةٌ معينةٌ.

٦,٣ **الدارجة:** كلمةٌ أو اصطلاحٌ قصير العمر.

٦,٤ **التورية:** طريقةٌ مهذبةٌ لقول شيءٍ يعدّ مهينًا.

٧ – أوجز في التعبير عماتريد قوله. اجتهد في البحث عن الطرق السهلة للتعبير عن الأشياء دون أن تُغيِّر المعنى الذي تقصده.

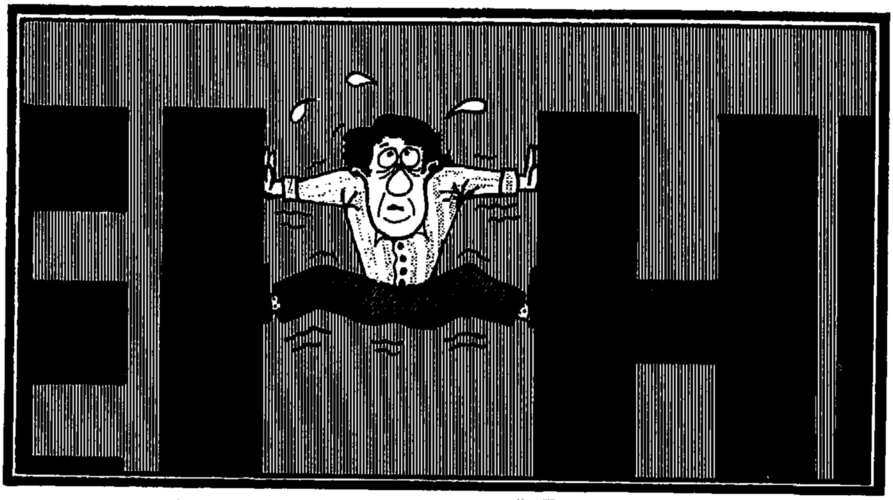
٨ – نادرًا مايكون للمرادفات معاني متطابقة، لذا فعليك أن تنتقي بكل عناية الكلمات الأقرب للمعاني التي ترمي إليها.

٩ – اشرح فكرةً أساسيةً واحدةً في كل فقرة، إذا كانت لديك أكثر من فكرةٍ فأنت في حاجةٍ إلى أكثر من فقرة.

١٠– انتبه جيدًا للانتقال من فقرةٍ إلى أخرى. قد يكون المقطع الانتقالي فقرةً قصيرةً مستقلةً في حدٍّ ذاتها، أو الجملة الأولى أو الأخيرة من فقرةٍ ما. إن وظيفته أن يجعل الفقرة الواحدة تنساب في سلاسةٍ ومنطقٍ إلى الفقرة التالية.

١١– راجع القاموس إذا كان لديك أدنى شكٍ في هجاء كلمةٍ ما. لاتُخمِّن!؛ فالكلمات الخاطئة هجاءً تُشوهٌ صفحةً بأكملها.

١٢– ارجع إلى كتابٍ مرجعيٍّ ثقةٍ للإجابة عن أسئلتك في قواعد اللغة، أو اطلب العَوْن من أمين مكتبة المراجع بالمكتبة المحلية.



مؤلف ناشئ يُصارع الانتقالات بين الفقرات

١٣- استخدم علامات الترقيم لتُزيد من وضوحِ ماتكتب. لكل علامةٍ وظيفةٌ تختلف عن الأخرى:

١٣,١ **النقطة:** لإنهاء جملة.

١٣,٢ **الفاصلة:** لتقسيم جملةٍ إلى أجزاء.

١٣,٣ **علامة التعجب:** لتقوية الإحساس بتعبيرٍ أو بجملةٍ.

١٣,٤ **علامة الاستفهام:** لإنهاء سؤال مباشر.

١٣,٥ **الفاصلة المنقوطة:** للإنهاء والفصل داخل الجملة. إنها تشير إلى وقفةٍ قاطعةٍ، وليس توقفٍ، بين تعبيرين على درجةٍ كبيرةٍ من القرابة لدرجة أن تتضمنهما جملةٌ واحدةٌ.

١٣,٦ **النقطتان:** للتوقع. إن مايتبعهما يجب أن يُوضّح، أو يُفصّل، أو يُعدّل شيئًا نوقش قبلَهما مباشرة. إنهما علامة ترقيم توكيدية.

١٣,٧ **الشرطة:** لإعطاء توكيدٍ خاص. إنها تُبرز التعبيرات أو الجمل أو حتى الفقرات. إنها مفاجئة ومثيرة.

١٣,٨ **الأقواس:** لحصر معلومات وثيقة الصلة بالجملة، ولكنها غير مندمجة فيها.

١٤- دع نفسك مكان القارئ عندما تُعيد القراءة من أجل الوضوح. سل نفسك «هل يمكن لقارئ لايعرف شيئًا عن هذا الموضوع، أن يفهم كلَّ ماكتبت»!

١٥- راجع ماكتبت، مُركزًا كلَّ انتباهك على الهجاء، علامات الترقيم، قواعد اللغة، الوضوح، سلاسة الانتقال، اكتمال الفقرات، التساوق، التماسك الكلي.

★ ★ ★

الكتابة مثل الدين، إن كل من يؤمن بالصحة

عليه أن يعمل جاهدا لخلاص نفسه

جورج أورويل

الخطوة ٢١ المواعيد النهائية

إن تأليفك لكتابك الأول كتحسُّس الطريق في الظلام. فأنت تتعلم ببطء، وطالما تقع في الأخطاء.

لاتُثقل على نفسك بالمواعيد النهائية. إنك تريد كتابك الأول أن يكون مُمتعًا دون ضغط أو توتر. فالكتابةُ بمواعيد محددةٍ هي فنٌ لايكتسب إلا بالخبرة.



مؤلف ناشئ واقع تحت وطأة ضغط الموعد النهائي

أعط نفسك من الوقت ماتظن أنه يكفي حاجتك، ثم زد عليه شهرًا. إنك الآن فقط يمكنك أن تُقدّر كم من الوقت تستغرقه كتابة المسودات الأولية. حدد أمدًا للانتهاء من كتابك، ولكن لاتجعله الأسبوع القادم!؛ بالكتابة المستمرة ستبلغ هذا الأمد.

وحالما تكتمل لديك مخطوطة تشعر أنك راضٍ عنها، لاتندفع بها إلى المطبعة لتحدد تاريخ الطباعة. عليك أن تُنقّح مخطوطتك قبل أن تُصفَّ حروفُها. تمهل.

الخطوة ٢٢ الكتابة الأولية

بعد أن تكون قد أدّيت الخطواتِ السابقة، ابدأ في كتابة مخطوطتك. وباستخدام المخطط العام الذي أعددته قبلاً. أطلِق العنان لإبداعك كي ينساب مدونًا ما أمكن لك من الأفكار. حوِّل تلك الأفكار الغامضة التي كانت تطوف بذهنك إلى كلماتٍ حقيقيةٍ. خَصص من الوقت مايكفي للكتابة الأولية حتى يُمكنك أن تُضمِّن كل ماجال بخاطرك.

من المهم أن تكتب يوميّاً، حتى تحتفظ بتسلسلِ أفكارِك متماسكًا. فأنت إذا لم تكتب لعدة أيام، قد تُضيِّع بعض أفكارِك إلى الأبد، ومن ثم تمتلئ مخطوطتك بـ«الثغرات». إنك بتهاونك بتضييع وقتٍ كبيرٍ ستجعل من الصعب عليك أن تربط أجزاء مادتك في وحدة منطقية واحدة.

وعندما تكتمل مُسوَّدتك الأولية اتركها جانبًا عدة أيام؛ ستُقوِّي هذه المدة من موضوعيتك. ثم أعد قراءتها، لتحذف تلك الأجزاء التي لاتتلاءم مع غرضك. انتبه إلى تلك الأقسام التي تحتاج إلى مزيدٍ من البحث أو الشرح. ابدأ من بداية مخطوطتك مرة أخرى، ثم أعد كتابتها مضيفًا أو حاذفًا عباراتٍ وجملاً وفقراتٍ حسب الحاجة. ضع الغرض من كتابك دومًا نصب عينيك ولا تَحِد عنه. (دونه بإيجاز على بطاقة ٣×٥ً واجعلها أمامك مادمت تكتب).

بعد أن تُنهي مُسوَّدتك الثانية، راجع مُخططك. هل مازال منطقيّاً؟ بعد عدة أيام، أعد قراءة المُسوَّدة الجديدة والمخطط مرة أخرى. بعد ذلك، أعد الكتابة ثم انسخ على الآلة الكاتبة (على مسافتين). سيُمكِّنك ذلك من معرفة كم ستستغرق مخطوطتك من وقت «في الطباعة». ثم اعمل تصحيحاتك على هذه النسخة المنسوخة على الآلة الكاتبة. أعد القراءة، وأعد الكتابة، بقدر مايلزمك أن تفعل ذلك. ثم ركِّز على الانتقالات بين الفقرات؛ بل حتى بين الأقسام. يجب أن تجعل

انتقالاتك بين الفقراتِ والأقسامَ تنسابُ منطقيةً وسلسلةً، هذه في تلك وهذا في ذاك.

قد يتضح لك أن أفكارًا في الجزء الأخير من كتابك تلائم البداية. الآن وقت إعادة ترتيبها، وليس بعد أن تُطبع!؛ بعد إعادة القراءة وإعادة الكتابة، تكون مستعدًا للتحرير.

إن تنقيحك لكتابك يستغرق وقتًا، ولكن سيكون لديك شيءٌ تفخر به وتعتز.

★★★

ليس هناك سارق أسوأ من كتاب سيئ

مثل إيطالي

الخطوة ٢٣ تحرير مخطوطتك

عندما تنهي مُسوَّدتك التمهيدية الأخيرة، يكون الوقت قد حان لتحرير نسختك النهائية. إنها النسخة التي ستُصفُّ حروفُها، لذا فأنت تريدها مهنيةً وموجزةً ما أمكن ذلك.

يُمكنك أن تحررها بنفسك، أو أن تدع هذه المهمة لشخص آخر يقوم بها. فإذا أنت قُمت بهذا العمل، فكن موضوعياً ما أمكنك ذلك، متقمِّصاً شخصية القارئ. هل جميعُ الجملِ مفهومةٌ؟؛ أعد صياغة أية أجزاءٍ تكون غير واضحةٍ. احذف الكلمات والعبارات التي تتسم بالتكرار وغير الضرورية. اجعل مُسوَّدتك النهائية مُحكمة خاليةً من نقاط الضعف.

الاختيار الثاني أن تجعل شخصاً آخر يقوم بعملية التحرير النهائي لك. في بعض الأحيان يكون ذلك أفضل؛ لأن الشخص الآخر يكون أكثر منك انفصالاً واستقلالاً وموضوعيةً.

أين تجد محرراً؟، جرب صحيفتك المحلية أولاً، أعلن عن واحدٍ، أو سل سكرتيرةً من الطراز الأول، أو مُدرسَ لغة، أو كاتباً حراً. فإذا أخفقت في العثور على محرر على المستوى المحلي، فأعلن في جريدةٍ أكبرَ وأوسعَ انتشاراً أو في مجلةٍ مثل *Writer's Digest*.

وعندما تجد محرراً أعطه بضع صفحاتٍ لتُجرِّبه. قرِّر ما إذا كان في مقدوره أن يؤدي ذلك النوع من التحرير الذي تشعر أنه يُضيفُ إلى كتابك. ناقش معه المدة التي سيستغرقها لينتهي من مخطوطتك. إذا قال لك إنها بكل تأكيد خلال الأعوام الأربعة القادمة فابحث عن محررٍ آخر. اتفق معه على السعر، ومتى ستدفع له. مثلاً ستدفع له نصف القيمة عندما يبدأ والنصف الباقي عندما يُنهي عمله.

ربما فيما بعد يقوم محررك بعملية التصحيح النهائي قبل أن تذهب مخطوطتك لصف حروفها.

الخطوة ٢٤ اختيار العنوان

يعدّ العنوان واحدًا من أهم أجزاء كتابك. لاتتسرع في اختيار واحدٍ في اللحظة الأخيرة وأنت في طريقِك إلى صفَّافِ الحروف. خذ وقتَك، مُجرِّبًا عددًا ممايتاح لك. اختبرهم مع أصدقائك لتتبيَّن ردود الفعل. يجب أن يكون عنوانُك جذابًا وتكون راضيًا عنه.

هل سبق لك أن تَصوَّرت عنوانك؟، إن لم يكن كذلك، فحاول من جديد. استخدم قاموسًا أو كتب الألفاظ الأخرى لتحصل على أفكار. اقرأ مخطوطتك باحثًا عن الكلمة المناسبة أو العبارة التي تُلخِّص جَوهره.

العنوان الجيِّد هو الذي يجذب الانتباه بإعطائه وصفًا فوريًا لمحتويات الكتاب وبإثارة الاهتمام. قد يكون العنوان أمرًا، سؤالاً، كيف تُعبِّر، إعلانًا: مستخدمًا كلمات مثل «جديد»، «الآن»، «سِرٌّ».

العنوان الصحيح سيبيع كتابك.

ها قد أوشكت على الوصول، استمر في طريقك.

★ ★ ★

إن الكاتب العظيم هو الصديق والمحسن لقرائه

توماس ماكولي

الخطوة ٢٥ أجمل التهاني

أجمل التـهاني، لقد انتهـيت لتوّك من مخطوطتك!؛ هل تذكر عندمـا بدأته؟، لقد كان التـفكير في مجـرد الانتهاء منه وكـأنه ضـرب من الوهم! حسنًا. ها قـد أنجزتَه جميعَه بنفسِك وبخطواتك، ورُغم برنامجك المحـموم. أنت الآن أقوى وأكثر وعيًا بسبب خـبرتك المباشرة وهي خـير مُعلِّمٍ لك. والآن، فأنت تعـرف الخطوات التي يجب اتباعُها لتكتب كتابَك الثاني، والذي يليه، وهلم جرا.

إنك في طريقك لتكون مؤلفًا ناجحًا.

لايحـلق الطائر عاليا إذا حـلق بجـناحـيه فقط

وليم بليك

كافئ نفسك بشئ خاص

إنك تستحق ذلك!

بسم الله الرحمن الرحيم

إنه في يوم   الموافق / / ١٤هـ / / ١٩م

أقر أنا . . . . أني قد أنهيت مخطوطتي وأني مستعد لنشرها.

التوقيع: ....

الشاهد: ....

النشر

قبل أن تنشر

لكي تُكسِب مشروعَك ثقةً أكبر، تَخيَّر اسماً نشرياً. اجعله سهل الفهم والنطق والتذكر. (راجع المسئولين في مدينتك أو مقاطعتك أو ولايتك فيمايتعلق بالأسماء الزائفة).

ضع اسمك النشري وعنوانك في صفحة العنوان، وفي صفحة حقوق الطبع، وإن شئت ضعه في ظهر الغلاف الخارجي. إذا ما أثبتّ عنوانك، سيتمكن الناس من طلب الكتب منك.

يُدرِجُ عدد من الدوريات، التي يستخدمها المشترون من العاملين في المكتبات وبائعي الكتب، قوائم بالكتب وشيكة الصدور. منها على سبيل المثال، مايلي:

1. ***Library Journal***; 1180 Avenue of the Americas; New York, New York 10036.
2. ***Kirkus Reviews***; 200 Park Avenue South; New York, New York 10003.
3. ***Forecast***; Baker and Taylor Companies; 1515 Broadway; New York, New York 10036.
4. ***Publisher's Weekly***; 1180 Avenue of Americas, New York, New York 10036.

وهناك الكثير من هذه المطبوعات، لذا عليك أن تُجري بعض الأبحاث في مكتبتك المحلية، أو تطلب من أمين مكتبتك قائمةً بالمصادر التي منها تُطلب الكتب.

لكي يُدرَج كتابُك في هذه الدوريات، فإنك تتقدم عادة ببعض المعلومات (العنوان، المؤلف، المحرر، عدد الصفحات، وصف مختصر للكتاب، . . .) مع تجارب طبع لوحية (سلَخ) في مدةٍ تتراوح بين شهرين وستة أشهر قبل تاريخ نشر كتابك. فإذا أردت أن يُدرَج كتابُك، خطط مقدماً بأن تطبع في صفحة حقوق

الطبع تاريخ النشر بحيث يكون بعد التاريخ الفعليٍّ للانتهاء من الطبع بشهرين على الأقل.

ومن أجل معلومات الدعاية المرتقبة، راجع:

Literary Market Place (R. R. Bowker Company; 1180 Avenue of the Americas; New York, New York 10036; 1978 Edition; $ 22.50).

إنه يضم: النوادي الأدبية، النُّقاد، الأحداث التجارية، كُتَّاب الأعمدة، الجوائز والمكافآت الأدبية، المجلات، الخَدمات الإخبارية، المشتغلين بأمور التزويد، خَدمات العلاقات العامة، . . . إلخ.

يُمكنك أن تُدرِج كتابك عن طريق شركة باوكر R.R. Bowker Co.. اكتب إليهم لموافاتك بنموذج «معلومات عن كتاب جديد Advance Book Information» اكتب في السطر الأول من العنوان المشار إليه في الفقرة السابقة: ABI Department.

الخطوة ٢ بيانات حق الطبع

وفِّر لكتابك الحماية من أن يُعاد طبعُه على أية هيئةٍ دون إذنٍ كتابيّ منك. ولكن، قبل أن تتقدم للحصول على حق الطبع، يجب أن يكون كتابُك منشوراً بالفعل. إن إشعار تسجيل حق الطبع (مكانهُ صفحة حق الطبع) يجب أن يضم العناصر الثلاثة التالية: كلمة «حق الطبع» و/ أو الاختصار (C)، سنة النشر، اسم صاحب حق الطبع. **حق الطبع (C) ١٩٧٩ لديفيد جوركمان.**

وقد أتت قوانين حق الطبع الجديدة، التي نُفِّذت ابتداءً من أول يناير ١٩٧٨ ميلادية- أتت بتغيراتٍ في: نماذج طلب تسجيل حق الطبع، وتصميم ومحتوى هذه النماذج، وإجراءاتِ دائرة حق الطبع لإصدار شهادات التسجيل. (النماذج التي كان معمولاً بها قبل ١٩٧٨م لم تعد مقبولة).

قدم النموذج «TX» للأعمال المنشورة وغير المنشورة مكتوباً بالكلمات (أو بأية رموز لفظيةٍ أو رقميةٍ أخرى)- خيالية، واقعية، شعر، دوريات، كتب دراسية، أعمال مرجعية، أدلة، كتالوجات، إعلان، تجميع معلومات.

هذا النموذج يقع في ورقةٍ واحدةٍ تُملأ من الأمام ومن الخلف. ولم يعُد طالبو التسجيل يملأون نسختين من هذا النموذج لاستخدامه بوصفه شهادة تسجيل.

ويُسجَّل حقُّك في الطبع في ذات اليوم الذي تَستلم فيه دائرةُ حقٍّ الطبعِ الطلب المقبولَ والإيداعَ والرسوم. وبمجرد أن يُنشر كتابُك أرسل نسختين وطلب التسجيل وعشرةِ دولارات أمريكية إلى دائرة حق الطبع، مكتبة الكونجرس، واشنطن(★).

تذكر أنك يجب أن تضع إشعار حق الطبع على كتابك عند نشره. **وإذا لم تفعل، فإن حقك فى حماية حق طبع مؤلَّفك قد يضيع.**

(★) Copyright Office, Library of Congress, Washington, D.C. 20559.

الخطوة ٣ الرقم الدولي المقنّن للكتاب

نشأ الرقم الدولي المقنن للكتاب (ISBN) عن نظامٍ أُحدث في بريطانيا عام ١٩٦٧م، ليُنظِّم على نطاقٍ عالميّ استخدامَ مثلِ هذه الأرقام.

وفي عام ١٩٦٨م، تبنَّى الناشرون الأمريكيون نظام الرقم الدولي المقنن للكتاب هذا تجاوبًا مع إدخالِ الحاسباتِ في صناعةِ الكتاب. والآن، يطلب العديدُ من المكتبات ومحلاتِ بيعِ الكتبِ كُتبَهم باستخدامِ هذه الأرقام.

وتُحدد وكالة الرقم الدولي المقنن للكتاب لكلِّ ناشرٍ **رقمًا بادئًا ورقمًا لاحقًا** للتعرف على عنوان الكتاب. إن الرقم الدُّولي المقنن لهذا الكتاب (النص الأجنبي) هو ١-٢٩٠-٨٩٦٤٨-٠، ويشير الرقم البادئ ٨٩٦٤٨-٠ إلى دار هاملتون للنشر، والرقم اللاحق ٠٢٩- إلى عنوان الكتاب. بينما رقم التدقيق لاكتشاف الأرقام التي سُجلت خطأ هو ١-.

ضع رقم كتابك الدُّولي المقنن في مكان بارز، على سبيل المثال: في ظهر صفحة العنوان، أو في أسفلها، أو في أسفل الكعب، أو على الغلاف الخارجي الخلفي (مستخدمًا البنط ٩ أو أكبر)، أو على ظهر سُترةِ الكتاب (الجاكت).

للحصول على «دليل مستخدمي نظام الرقم الدولي المقنن للكتاب» اكتب إلى الوكالة الدولية للترقيم المقنن للكتاب:

International Standard Book Numbering Agency, 1180 Avenue of the Americas; New York, N. Y. 10036.

الخطوة ٤ رقم بطاقة فهرس مكتبة الكونجرس

تُحدد مكتبةُ الكونجرس سلفًا الأرقامَ البطاقيةَ التي تظهر في صفحة العنوان، (الصفحة الزوجية)(★)، من أي كتاب. وتضم قوائم الكتب وعروض الكتب التي تنشرها المجلاتُ الرئيسةُ في مجال صناعة الكتاب هذه الأرقام أيضًا.

اطلب رقم بطاقة مكتبة الكونجرس الخاص بكتابك **قبل** البدء في نشره. (لايُسمح لك برقم إذا كان كتابُك مطبوعًا). ولاتعطي مكتبة الكونجرس أرقامًا إلا لتلك الكتب التي يُتوقع أن يكون هناك طلبٌ وفيرٌ على بطاقاتها.

وأنواع المواد التي لاتُخصَّص لها بطاقاتٌ تشمل بصفة عامة التالي:

التقاويم، أدلة المعامل، الكتيبات التي تقل عن ٥٠ صفحة، البروشيرات، الإعلانات، المطبوعات المصرفية المخصصة للعملاء، الطبعات الزرقاء الخاصة بالرسوم العِمارية أو الرسوم الميكانيكية، بعض أنواع القصص الخفيفة، دواوين الشعر المطبوعة سرًا، كتب المواد الدينية لطلاب المدارس الكِتابية والتبشير وتعليم العبادات والوعظ والصلاة، كتب السؤال والجواب، معظم الكتب الدراسية للمدارس الابتدائية والثانوية، الكتب الدراسية ماعدا المخصصة للامتحانات المُقننة، أدلة المدرسين، دروس مدارس المراسلة، الترجمات من الإنجليزية إلى غيرها من اللغات، الكتب المصورة (أطفال)، سلاسل الرسوم الهزلية، كتب التلوين، كتب التمارين المدرسية، المطبوعات الدعائية التي تصدرها دور النشر.

لكي تحصل على رقمك، اكتب إلى(★★): قسم فهرسة المطبوعات، بمكتبة

(★) الصفحة اليسرى بالنسبة للكتب المنشورة بغير العربية وتُقرأ من جهة اليسار، أما في الكتب العربية فهي الصفحة اليمنى (الزوجية).

(★★) The Cataloging in Publications Division, Library of Congress, Washington D.C 20540, USA.

الكونجرس، بواشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية، مستوفيًا البيانات التالية:

١ - الاسم الكامل للمؤلِّف أو المُحرِّر.

٢ - عنوان الكتاب.

٣ - بيان الطبعة.

٤ - تاريخ النشر.

٥ - اسم وعنوان الناشر و/ أو الطابع.

٦ - عنوان السلسلة ورقمها.

٧ - إذا ماكانت مُسلسلة مستمرةً (دورية، حولية، سجلات مؤتمرات، ... إلخ).

٨ - العدد التقريبي لعدد الصفحات.

إذا قررت المكتبة أن تُفهرس كتابك، سترسل إلى الناشر (أى إليك) قصاصةً مقاس ٣×٥ بوصة عليها اسم المؤلِّف، العنوان، بيانات النشر، تاريخ النشر. ويظهر رقم بطاقة الفهرسة أعلى الركن اليمين من هذه القصاصة.

بعد ذلك، أضف هذا الرقم في ظهر صفحة العنوان على النحو التالي: رقم بطاقة فهرسة مكتبة الكونجرس: ٧٨-٧٠٥٩٥ (وهو رقم هذا الكتاب- النص الأجنبي). إن الرقمين إلى جهة اليسار لايُمثلان سنة النشر، بل السنة التي تحددت فيها البطاقة.

ورُغم أن الأمر لايستوجب رقمًا جديدًا، إلا أن عليك أن تُخطِر قسم فهرسة المطبوعات (CIP) عن أي تعديل في العنوان، المؤلِّف، ... إلخ، سواء كان ذلك بالحذف أو الإضافة.

أرسل إحدى نسخ العينة الأولية من كتابك هدية إلى قسم فهرسة المطبوعات،

مكتبة الكونجرس، واشنطن د.سى ٢٠٥٤٠. سيوافيك القسم بملصقات الإرسال بالبريد المجاني، ويستخدم هذه النسخة في الفهرسة النهائية حتى يمكن طباعة البطاقات قبل الإذن بالنشر.

★★★

كانت مكتبتي كبيرة في حجم دوقية

شكسبير

الخطوة ٥ إعداد مخطوطتك

إن أرخص طريقة لطباعة كتابك هي طريقة الأوفست التصويري. في هذه الطريقة تُصوَّر صفحاتُك، ثم تُحوَّل إلى سوالب (نيجاتيف)، ومن هذه السوالب تُعد الألواح، ثم توضع هذه الألواح في آلة الطبع لطبع صفحاتك. قبل أن يحدث هذا، يجب عليك أن تُحوِّل مخطوطتك إلى حروف مصفوفة (مجموعة= وهي من جمع الحروف).

إن أمامك أربعة اختيارات لصف حروفك، إذ يمكنك أن تستخدم:

١ - آلةً ناسخةً عاديةً.

٢ - آلةً ناسخةً من نوع آي بي إم سلكتريك (IBM Selectric) أو مايُماثلُها أداءً.

٣ - آلةً صف آي بي إم كومبوزر (IBM Composer) أو مايماثلها أداءً.

٤ - صف الحروفِ تصويرياً.

باستخدامك لآلةٍ ناسخةٍ عاديةٍ، يُمكنك أن تنسخَ صفحتَك كما تريد أن تُصوَّرها تمامًا. ولكي تحصلَ على طبعاتٍ واضحةٍ، عليك أن تتأكد من أن لآلتك الناسخة شريطًا كربونياً جديدًا وأن مفاتيحَ الأحرف نظيفةً، وإلا ظهرت الحروفُ باهتةً.

وباستخدامك لآلةِ الآي بي إم سلكتريك، فإضافةً إلى حصولك على حرفٍ واضحٍ تمامًا بسبب شريطِها الكربونيٍّ القياسيٌّ، فإنها تُتيح لك فرص الاختيار من أنواع أسطح الحروف أو أطقمها المتنوعة. إن هذه الأطقم شبيهةُ المشروم يُمكنك أن تستبد لها عندما ترغب في طرازِ حرفٍ آخر. وتبدو هذه الطُّرُز من الحروف أقرب إلى النسخ على الآلة الكاتبة منها إلى الحروف الطباعية. وهنا أيضًا يُمكنك أن تنسخَ صفحتك كما تريد أن تطبعها، أو يُمكنك أن تنسخَ على ورقِ الجالى (وهو ورق خاص أثقل من ورق النسخ) ثم تقوم بلصقه ليُصوَّر.

إن أطقم حروف الآي بي إم كومبوزر تُشبه حروف المطبعة. وإضافةً إلى التنوّع الكبير في أسطح الحروف المتاحة، فإن هذه الآلة تُتيح لك حرية اختيار ضبط هامش الأعمدة من الجهة اليمنى؛ ضبط الهامش يعني أن حافة العمود على خط مستقيم.

وباستخدام الكومبوزر يُمكنك أن تنسخ صفحتك كما تريد أن تطبعها أو يُمكنك أن تنسخ على ورق الجالي ثم تلصقها.

في عملية صف الحروف تصويرياً، تُصف الحروفُ باستخدام حاسب إلكترونيٍّ على ورقٍ مناسبٍ لعملية الطباعة. ونظرًا لأن هذه العملية سريعةٌ وتُقدِّم تشكيلةً من أطقمِ الحروف المتنوعة، فإنها تُستخدم بكثرة في نشر الكتب. وفي هذه الحالة، يجب عليك أن تُضمِّن مخطوطتك المنسوخة على الآلة الكاتبة تعليماتٍ إلى صفَّاف الحروف عن سطح الحرف وحجمه والفواصل بين السطور. (ستتعلم كيف تؤدي ذلك في الخطوة ٦)؛ ومن بين الاختيارات الأربعة التي ذكرناها آنفًا، فإن هذه الطريقة أكثرها تكلفةً.

أيُّ هذه الاختيارات أفضل لك؟؛ إن ذلك يعتمد على نوعية الكتاب الذي ستنشره، وماذا تريد أنت شخصياً؟، وكم تريد أن تنفق؟.

إنك باستئجارك لآلةٍ كاتبةٍ أو سلكتريك أو كومبوزر، يُمكنك أن تَصُفَّ كتابك بنفسك وتوفر عليك مالَك. أما إذا كنت ستُوكل هذه المهمة إلى شخص ما، فإن ذلك قد يكلفك مابين دولارٍ واحدٍ وخمسة دولاراتٍ للصفحة. وإذا لم تجد ناسخًا محلياً، فراجع قسم الإعلانات المبوبة في المجلة، أو *Writer's Digest*، أو *Literary Marketplace*؛ الأخير دليلٌ عن نشر الكتب متاحٌ في مكتبتك المحلية.

أما في صف الحروف تصويرياً، فقد يتراوح سعر الصفحة بين ٣ و ١٠ دولارات حسب طول الكتاب ومدى تَعقُّد العمل. وتقوم بهذا العمل شركاتُ صفِ

الحروف، ودور الصحف، والمطابع، ودور النشر. ونظرًا لكونها تتولى أعمالاً بحجم كبير، فإن بعض أخصائيي الصف على المستوى القومي أرخص من الشركات المحلية. راجع المجلة التجارية لصناعة الطباعة *Graphic Arts Monthly*، لكي تُعلِن فيها.

وإذا كنت تنوي لصق كتابك بنفسك، فقد تحصل على سعرٍ من شركات الصف أفضل من المطابع. أو لعلك تريد أن تتولى عنك المطبعة عملية صف الحروف، إذا كنت تريد أن تتجنب الذهاب إلى مكانٍ للصف وآخر للطبع.

ابحث وتقصَ لتحقق ماتريد بالسعر الذي تتحمله.

اختيارات لصف الحروف

Options For Setting Type

آلة ناسخة عادية

This is a regular typewriter with a fabric ribbon and clean keys. Even so, this type reproduces unevenly making large areas of copy difficult to read. The columns will be flush left and ragged right.

You have only one type font.

ليس لديك إلا حرف واحد فقط، تصعب قراءته في بعض الأحيان. الهوامش غير مضبوطة

حروف آي بى إم سلكتريك

This is an IBM Selectric typewriter with a carbon ribbon. Notice how much sharper the letters are compared to the regular typewriter. You can use *different type fonts* to emphasize certain points. The columns will be *flush left* and *ragged right.*

This is a different type font with wider spacing.

حروف متنوعة. مسافات أوسع بين الكلمات. الهوامش غير مضبوطة.

حروف آي بى إم كومبوزر

This is an IBM Composer. Notice how the easy-to-read letters look more like "printer's type" than those in the two examples above. Both columns can be justified, and a wider range of fonts and sizes is available.

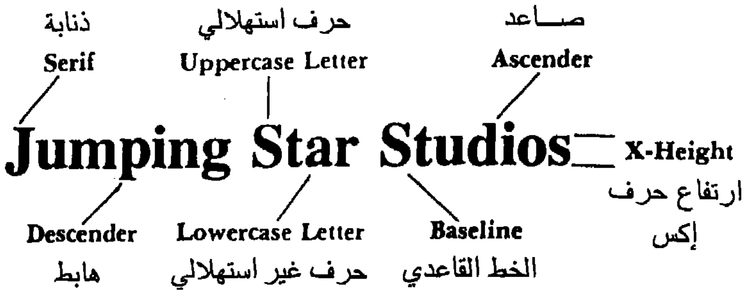
حروف مقروءة كأنها حروف مطبعة. تنوع في الطرز والأحجام. الهوامش مضبوطة.

حروف آلة الصف التصويري

This is photo typography. The text of this book was set by this process. Notice the justified columns and easy-to-read type face. The type size is 12-point and the leading, 15-point. A wide variety of fonts is available including **bold** and *italics.*

حروف مقروءة مع تنوع كبير في الطرز متضمنا الأسود والإيطالي. الهوامش مضبوطة.

الخطوة ٦ طباعة الحروف



تُقاس الحروف الطباعية بالأبناط (مفردها بنط)؛ ٧٢ بنطًا = ١ بوصة.

حجم الحرف، ويُقاس عادةً على الجسم المعدني، وليس على صورة الحرف المطبوع. ومع ذلك، فبالنسبة لأهدافِك سيُقاس الحرف الطباعي من قمة الصاعد حتى قاع الهابط. وبسبب تنوع طُرز الحروف وأحجامها المختلفة، فإن سطح حرف البنط ٣٦ (السطح المطبوع من جزء من الحرف الطباعي) قد لايتجاوز قياسه ٣٢ بنطًا. والحروف المتناظرة في حجم الحرف الطباعي نفسه، والتي تختلف في أسطحها، هذه الحروف قد تختلف أيضًا في ارتفاعاتها.

الفوصلة (الترصيص)، أي المباعدة بين أسطر حرفٍ طباعيّ ما (باستخدام رقائق الرصاص)، وتُقاس بالأبناط من سطرٍ ما إلى السطر الذي يليه. والهدف من الفصل بين السطور هو جَعْلُ القراءةِ أسهل. فإذا كانت السطور مضمومةً جدّاً تداخلت الصواعد والهوابط. ومن ناحية أخرى، إذا كانت متباعدةً جدّاً تفرقت الحرّوف الطباعية، ومن ثم تصعُب قراءتها. وبصفة عامة، كلما ازداد عرض العمود كلما استوجب ذلك منك زيادةً في الترصيص.

وقد استشيرت إحدى شركات صف الحروف في شأن هذا الكتاب (النص الأجنبي) فحددت الترصيص القياسي بأنه بنطان يُضافان إلى حجم الحرف.

وعلى هذا، تكون لبنط ١٢ على الأقل رقيقة فاصلة(★) ١٤ بنطًا (أي تكون المسافة بين السطور ١٤ بنطًا). وبزيادة الترصيص بعد ١٤ بنطًا يقال له رقيقة فاصلة بنط واحد، رقيقة فاصلة بنطان، . . . إلخ.

ورقيقة ١ بنط على حرف بنط ١٢ تعنى فاصلاً قدره ١٥ بنطًا، ورقيقة بنطان على حرف بنط ١٢ تعني فاصلاً قدره ١٦ بنطًا. ونظرًا لأن الترصيص القياسي ١٤ بنطًا، فعليك أن تضيف مسافة بنط أو بنطين إلى ١٤.

وعادة مايُكتب حجم الحرف والترصيص على النحو التالي: ١٢/١٤. يشير الرقم الأول إلى حجم الحرف والثاني إلى الترصيص أي المسافة بين السطور. (تذكر أن كلاهما يُقاس بالبنط؛ ٧٢ بنطًا= ١ بوصة).

وتُسمى هجائية حرف مطبعي معين **بسطح الحرف**. وقد تكون الحروف في سطح حرفٍ ما **ذُنابية** (أي ذات خطوط متقاطعة) أو تكون **بدون ذنابة** (أي تكون بدون خطوط متقاطعة).

وللتمييز بين أسطح الحروف المتنوعة، افحص الحروف g ،p ،a ،e، t في كلّ منها، إذ إن اختلافاتهم أسهل مايُميِّزهم عن بعضهم البعض.

T **Sans Serif Letter**	T **Serif Letter**
حروف بدون ذنابة	حرف ذنابي

أما **وزن الحرف المطبعي** فيُشير إلى ثخانة الحرف المطبوع بما اصطلح عليه طباعياً على النحو التالي:

أبيض، كتاب، متوسط، نصف أسود، أسود، فائق السواد.

(★) المترجم: الرقيقة الفاصلة هي شريط رقيق من الرصاص يُستخدم في الفصل بين السطور ويُقاس سُمكه بالبنط أو بكسر منه، وتعني بالإنجليزية Lead؛ أما عملية وضع رقائق الرصاص فهي Leading، ومن هنا جاءت التسمية (الترصيص).

ويعني **شكل الحرف** المطبعي أن عرض الحرف المطبوع هو روماني، إيطالي (مائل)، مضموم جداً، مضموم، ممطوط.

This is a light type weight.

This is a book type weight.

This is a medium type weight.

This is a demi-bold type weight.

This is a bold type weight.

This is roman type form.

This is italics type form.

This is extended type form.

وسطح الحرف الذنابي أسهل في قراءته عندما تكون هناك مساحة كبيرة من المادة المعدة للطبع (أي الأصول) تملأ الصفحة، كما في حالة الكتاب. تَخيَّر سطح حرفٍ بدون ذنابة للكميات الصغيرة من مادة الأصول؛ لأن العين سرعان ماتُجهد بعد قراءة عدة صفحاتٍ منه. ولأن الحروف الإيطالية (المائلة) صعبة أيضاً في قراءتها، فلاتستخدمها إلا في التأكيد أو في العناوين الفرعية. وللتأكيد على العناوين الرئيسة وعناوين الفصول، أو مساحات صغيرة من المادة، أو التعليق على الصور التوضيحية أو الظلية (الفوتوغرافية)، استخدم الحرف الأسود، ولكن، كن حريصاً في استخدامه لأن كثرة الأسود مُجهدة جدّاً

يُقاس عرض عمود حرفٍ ما بمايعرف بـ«البايكا». (٦ بايكا= ١ بوصة؛ ١٢ بنطًا= ١ بايكا).

أنواع من أسطح الحروف

Sample Type Faces

Melior Roman
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :: %- '' ,. !$

Melior Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 /¼⅓½⅔¾_—&?
() :; %- '' ,. !$

Melior Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- '' ,. !$

Times Roman
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 /¼⅓½⅔¾_—&?
() :; %- '' ,. !$

Times Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- '' ,. !$

Times Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- '' ,. !$

Avant Garde Extra Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 VWAWN—&?
() :; %- '' . AS

Palatino Roman
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; /- " ,. !$

Palatino Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
*1234567890 *§⅓%⅔†‡-&?*
() :; /- " ,. !$

Palatino Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; /- " ,. !$

Optima Roman
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

Optima Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 /¼⅓½⅔¾_—&?
() :; %- " ,. !$

Optima Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

Clarendon Roman
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 /¼⅓½⅔¾_—&?
() :; %- " ,. !$

Type face samples courtesy of New Morning Composition; Boulder, Colorado 80301.

أنواع من أسطح الحروف

Sample Type Faces

§Helvetica Roman
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

§Helvetica Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

§Helvetica Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 /¼⅓½⅔¾_—&?
() :; %- " ,. !$

Helvetica Bold Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 /¼⅓½⅔¾_—&?
() :; %- " ,. !$

Helvetica Condensed
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

§Helvetica Bold Condensed
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

Souvenir Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

Souvenir Medium
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 . ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

Souvenir Light Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 + − ⅓ × ⅔ = _—&?
() :; /- " ,. !$

Souvenir Demi Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; %- " ,. !$

Serif Gothic Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() ., /- " ,. !$

Serif Gothic Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ⅛¼⅜½⅝¾⅞—&?
() :; /- " ,. !$

*Eurostyle Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 /¼⅓½⅔¾ —&?
() :; %- " ,. !$

Bembo
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ÆŒ..¿¡!—$?
() :; ı- " ,. «»

Type face samples courtesy of New Morning Composition; Boulder, Colorado 80301.

وتعتمد القراءة على العلاقة بين حجم الحرف وعرض السطر. ويتراوح عدد الحروف في السطر كقاعدة عامة مابين ٣٨ و٥٦ حرفًا. وعندما يكون الحرف الطباعي صغيرًا جداً والعمود عريضًا جداً تصعُب قراءة السطر بسبب عدد الحروف فيه. ومن ناحية أخرى، إذا كان الحرف الطباعي كبيرًا جداً والعمود ضيقًا جداً، تكثر الكلمات المقطوعة بواصلات(★) على سطور متتالية، ولاشك أن هذا يعوق اضطراد القارئ واستطراده. ويبدو الحرف بنط ١٢ في عمود مقاسه ١٦ بايكا وكأنه قد توقف عن النمو، بينما يُناسبه تماماً بل ومن الأفضل استخدام البنط ١٠.

وقد تكون الأعمدة الطباعية **مليئةَ السطور** (من الهامش إلى الهامش)، أو **مُحاذيةً للهامش اليمين**، أو **مُحاذية للهامش اليسار**، أو **وسطية**.

هذا عمودُ حروفٍ
طباعيةٍ محاذٍ للهامش
من اليمين.
العمود مستوٍ من جهة
الهامش من اليمين
ولكنه متعرج من جهة
الهامش اليسار.

هذا عمودُ حروفٍ
طباعية متمركزٌ
وسطياً حسب عرض
كل سطر.

هذا عمودُ حروفٍ
طباعيةٍ محاذٍ للهامشِ
من اليسار.
العمود مستوٍ من
الهامش اليسار
ومتعرج من جهة
الهامش اليمين.

This is a column
of type that is
flush right. The
column lines up
on the right and
is ragged on the
left.

This is cloumn of
type that is
centered by the
width of each
line.

This a column of
type that is flush
left. The column
lines up on the
left and is ragged
on the right.

(★) الواصلة hyphen: شرطة قصيرة(-) بين جزأي كلمةٍ مركبةٍ أو بين أجزاءِ كلمةٍ مقسمةٍ لتوضيح النطق بها.

وفوصلةُ الحروف (أو المباعدةُ بين الحروف) تعني إضافةَ مسافات بين الحروف لتُضفيَ اتزانًا بصرياً. إنها تُستخدم أساساً في سطورٍ كلُّها من حروفٍ استهلاليةٍ (كاپيتال).

LETTERSPACING   NO LETTERSPACING

والإم(★)، مربعُ حجمِ حرفٍ ما (إم بنط ١٢ تعني أن ارتفاعه ١٢ بنطاً وعرضه ١٢ بنطًا)، تقيس كمية الحروف، وتشير إلى فراغ (بياض) الفقرات. وعادة يكون بياضُ الفقرة إمين، ويُرمز له بمربع داخله رقم ٢: [٢]. والشرطة الإلاميَّة (–) تدل على انقطاع في الفكر أو الكلام.

والإن هي نصف عرض الإم، وتشير إلى شرطةٍ قصيرةٍ بين التواريخ والأوقات، والأرقام المتعاقبة أو الشاملة– مثل، ١٩٤٣–٤٨، ٢,٠٠–٥,٠٠ بعد الظهر، التركيب ١:١–٢:٣.

والتذنيب هو تقريب المسافات ومساواتها بين حرفين.

sanctuary   sanctuary

مذنبة   غير مذنبة

والسطر الإعلاني يُستخدم في قياسِ أطوالِ الأعمدة في المساحات الإعلانية في الصحف والمجلات، وتحوي البوصة الواحدة ١٤ سطرًا إعلانياً.

ولكل شركةٍ من شركات صف الحروف كتالوج الحروف الخاص بها، ويحتوي على أسطح الحروفِ، وأحجامِها، وأوزانِها وأشكالِها ماهو متاحٌ لديها. وقد يحوي أيضًا معلوماتٍ عن كيفية مراجعةِ تجارب الطبع وكيفية إعطاءِ مواصفاتِ الصف. اقرأ الكتالوج من أوله إلى آخره بعنايةٍ فائقةٍ حتى إذا ما وقع اختيارك على إحدى شركات صف الحروف، تكون فاهمًا تماماً لتعليماتها.

(★) إنها المساحة التي يشغلها حرف m، وهي مربعة.

اجمع من هذه الكتالوجات (عادة مجانية) قدرَ مايُمكنك من عدة شركات، واعرف تماماً مايُمكن أن تُقدِّمه كلُّ شركة من هذه الشركات، حتى لا تُفاجأ في اللحظة الأخيرة أن سطح الحرف الذي تريده غير متاح.

ولكي تُصف حروفُ كتابك بطريقةٍ صحيحةٍ، عليك أن تكتب المعلومات التالية:

١. سطح الحرف، وزنه، و/أو شكله (أسود هلفتيكا، رومان تايمز، إيطالي مِليور، أبيض قوطي، ... إلخ).

٢. حجم الحرف والفوصلة (المسافة) بين السطور بالأبناط (١٢/١٤، ١٠/١٢، ... إلخ).

٣. عرض العمود بالبايكا.

٤. إذا ماكنت تريد الأعمدة مستوية الهامشين (اليمين واليسار)، أو هامشها الأيمن محاذٍ، أو هامشها الأيسر محاذٍ، أو متمركزةً في الوسط.

٥. اسمك وعنوانك ورقم هاتفك.

اقرأ كتالوج حروف الشركة لأية معلوماتٍ إضافيةٍ مطلوبة.

وتجنباً للتأخير ولأيَّة تكاليف إضافيةٍ لاداعي لها، انسخ مخطوطتك على الآلة الكاتبة (موضحاً ما أسلفنا) تماماً كما تريدها قبل أن تتوجه بها لتصفَّها. وإذا أجريت تعديلاتٍ بعد صف الحروف فإنك ستدفع ١٠ سنتات عن كل كلمةٍ، وتلك تسعيرةُ **تعديلاتِ المؤلف.**

ولكي تعرف كلَّ شيءٍ عن صفِ الحروف، اقرأ هذا القسم مراتٍ ومراتٍ حتى تُحقق غايتك. تحدث إلى الصفَّاف، مستخدماً هذه المفردات، عن الشكل الذي تريده لصفحاتك. سل ماتريد من الأسئلة- فسرعان ما ستكون واثقاً من لغتك الجديدة، لغة الطباعة.

الخطوة ٧ التصحيح

صَحِّح مخطوطتك قبل أن تُصفّ حروفُها، متداركًا جميع الأخطاء في الهجاء وعلامات الترقيم والتركيب النحوي والمعلومات. صحِّح أيضًا تجاربَ السُّلخ عندما تستلمها. لو أدركت جميع أخطائك وتداركتها قبل عملية الصف، لوفرت على نفسك كثيرًا من المال.

كيف تُصححِّ؟

١. اقرأ على مهل ٦ حروف في المرة الواحدة.

٢. استخدم كتابًا في النحو إذا ماساورك الشك في تركيب جملة ما، وقاموسًا إذا ماانتابك الشك في الهجاء والواصلات وحروف الاستهلال (الكابيتال).

٣. كن مُتساوقًا خلال أصول المادة كلِّها، فعلى سبيل المثال، هناك بعضُ الكلمات لها هجاءان وكلاهُما صحيح (analyze, analyse)، تَخيَّر أحدَهما واثبُت عليه.

٤. استخدم علاماتِ الترقيم لتجعل المعاني واضحةً.

٥. راجع بدقة الأرقام، أرقام الهاتف، العناوين، الأسماء، الكلمات غير العادية، والتواريخ؛ راجعها جميعًا على مصدرك الأصلي.

٦. اشرح الكلمات الأوائلية(★) والمصطلحات عندما تذكرها لأول مرة.

٧. كن موضوعيًا بالنسبة لما كتبت، هل تراه مفهومًا معقولاً؟؛ إذا لم يكن الأمر كذلك، فإن القارئ لن يفهمه أيضًا.

٨. إذا وجدت خطأً في سطرٍ ما، فأعد قراءته لتتأكد من أنك لم تغفل أيَّةَ أخطاءٍ أخرى. ففي بعض الأحيان قد تغفل عن أخطاء إضافيةٍ في الكلمة نفسها!

(★) Acronyms.

صـحّح بكل دقة. فلـيس أسوأ ولا أحـرج من أن يكون لديك ١٠,٠٠٠ نسخـة من أخطائك.

إن علامات التصـحيح مُقننةٌ وتتيح لك التفاهم من خـلالها مع الصفّاف والطبّاع تأكد من أن كلاّ منها واضحٌ مقروء.

علامات الترقيم

نقطة	Period	⊙	Jumping Star Studios
فاصلة	Comma	,	Jumping Star Studios
نقطتان	Colon	:	Jumping Star Studios
فاصلة منقوطة	Semicolon	;	Jumping Star Studios
فاصلة علوية	Apostrophe	'	Jumping Star Studios
علامات التنصيص	Quotation Marks	" "	Jumping Star Studios
علامة استفهام	Question Mark	?	Jumping Star Studios
علامة تعجب	Exclamation Point	!	Jumping Star Studios
شرطة واصلة	Hyphen	=	Jumping Star Studios
شرطة إمية	One-em Dash	1/M	Jumping Star Studios
شرطة ٢ إم	Two-em Dash	2/M	Jumping Star Studios
أقواس	Parentheses	( )	Jumping Star Studios
أقواس مربعة	Brackets	[ ]	Jumping Star Studios

علامات الحروف

فونت خاطئ	Wrong Font	wf	Jumping Star Studios
غير استهلالي (سمول)	Lowercase	lc	JUMPING Star Studios
حروف استهلالية (كابيتال)	Capital Letters	≡	jumping star studios
استهلالية صغيرة	Small Caps.	sm caps	JUMPING STAR STUDIOS
استهلالية واستهلالية صغيرة	Caps and Small Caps	caps & s.c.	jumping star studios
استهلالية وغير استهلالية	Caps and lowexcase.	caps & l.c.	Jumping star studios
رومان	Roman	rom	Jumping Star Studios
إيطالي	Italic	ital	*Jumping Star* Studios

Jumping Star (Studios)	lf	Light Face	أبيض
Jumping **Star Studios**	bf	Bold Face	أسود
Jumping Star Studios		Superior Character	حرف علوي
Jumping Star Studios		Inferior Character	حرف سفلي

علامات الفقرة

Jumping Star Studios	¶ or L	Paragraph	فقرة
Jumping Star Studios Is the	NO ¶	No Paragraph	يتبع
Jumping Star Studios		Indent (number of cms.)	أتـرك بياض (عدد المربعات)
Jumping Star Studios	FLUSH	Flush Paragraph	الحم الفقرة بالهامش

علامات الحذف والإضافة

Jumping Star Studios ^ the	^	Insert	أضف
Jumpingg Star Studios		Delete	احذف
Jummping Star Studios		Delete and Close Up	احذف وضم
J~~umping~~ Star Studios	stet	Let It Stand	يبقى كما هو
Jumping Studios ^	out sc	Left Out, See Copy	ناقصة، انظر الأصول

علامات التوضيب

Jumping Star Studios]	]	Move Right	أزح إلى اليمين
[Jumping Star Studios	[	Move Left	أزح إلى اليسار
Jumping Star Studios	fl L	Flush Left	الحم بالهامش اليسار
Jumping Star Studios fl R	fl R	Flush Right	الحم بالهامش اليمين
Jumping Star Studios	=	Align Horizontally	وازي أفقيًا
Jumping ‖ Star	‖	Align Vertically	وازي رأسيًا
Jupming Star Studios	tr	Transpose	انقل
Jumping Studios Star	tr	Transpose	انقل
Star Jumping Studios is	tr	Transpose	انقل

وسط	Center	] [	]Jumping Star Studios[
ضم	Close Up	⁀‿	J⁀umping Star Studios

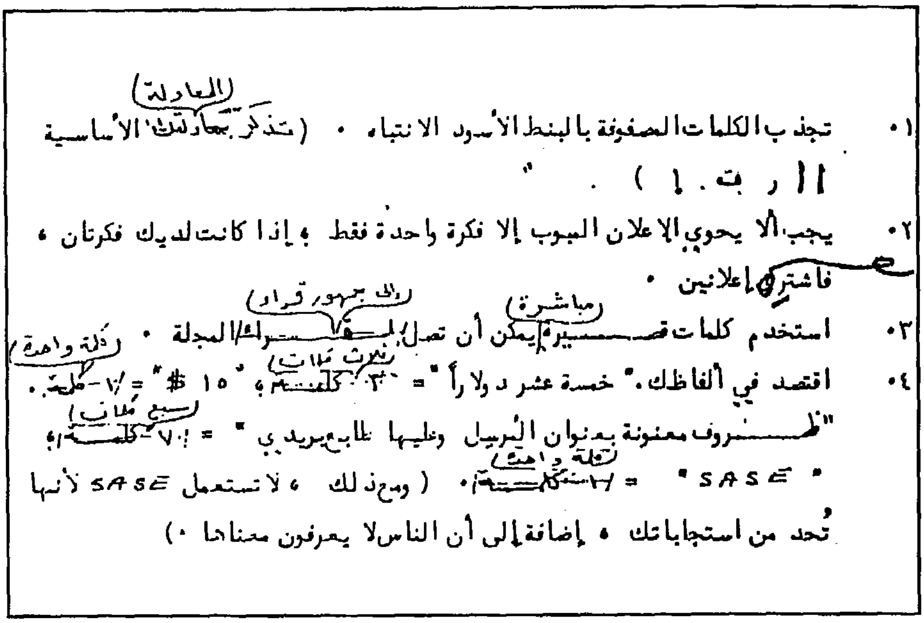
علامات متنوعة

حرف مكسور	Broken Type	×	Jumping Star Stu**d**ios
حرف مقلوب	Turn Inverted Letter	9	Juwping Star Studios
هجاء	Spell Out	(sp)	(Jmpng)Star Studios
أضف علامة حذف	Ellipsis	(...)	Jumping Star Studios^

★ ★ ★

تقوى الصعاب العقل ، كما يقوى العمل الجسم

سنيكا


١٠ تجذب الكلمات المصفوفة بالبنط الأسود الانتباه . (تذكر بمعادلتك الأساسية (المعادلة)
ا ا ر ت . ا) .
٢٠ يجب الا يحوي الإعلان المبوب إلا فكرة واحدة فقط ؛ إذا كانت لديك فكرتان ،
فاشتر إعلانين .
٣٠ استخدم كلمات قصيرة يمكن أن تصل إلى المجلة . (مباشرة) (إلى جمهور قراء)
٤٠ اقتصد في ألفاظك. " خمسة عشر دولاراً " = ٣٠ كلمتين ، " ١٥ $ " = ١٠ كلمة . (ثلاث كلمات) (كلمة واحدة)
"ظروف معنونة بعنوان المرسل وعليها طابع بريدي " = ١٠ كلمة ؛ (سبع كلمات)
" SASE " = ١٧ كلمة . (كلمة واحدة) (ومع ذلك ، لا تستعمل SASE لأنها
تحد من استجاباتك ، إضافة إلى أن الناس لا يعرفون معناها .)

في مخطوطتك، ضع علامات التصحيح حيث تكون الأخطاء

١ . **تجذب الكلمات المصفوفة بالبنط الأسود الانتباه..** ٨(تذكر المعادلة الأساسية)٨ الرت)

٢ . يجب ألا يحوي الإعلان المبوب إلا فكرة واحدة ؛ إذا كانت لديك فكرتان ، h س فاشترِ إعلانين .

٣ . استخدم كلمات قصيرة مباشرة يمكن أن تصل إلى جمهور قراء المجلة .

٤ . اقتصد في ألفاظك . «خمسة عشر دلاورًا»= ثلاث كلمات؛ «١٥٨»= $٨ كلمة واحدة .

«ظروف معنونة بعنوان المُرسل وعليها طابع بريدي»= سبع كلمات؛ "SASE" = كلمة واحدة .

(ومع ذلك ، لاتستعمل SASE لأنها تُحد من استجاباتك ، إضافة إلى أن الناس لايعرفون معناها) .

في تجارب الطبع، ضع علامات الإقحام حيث تكون الأخطاء، وضع التصحيحات في الهوامش.

الخطوة ٨ الرسومات

تجعل الرسوم التوضيحية من كتابِك عملاً متكاملاً من خلالِ شرحِ النقاط التي تحتاج إلى ذلك، أو التأكيد على التفاصيل، أو إدخال الفكاهة. إذا كنتَ تُريد رسوماتٍ في كتابك، عليك أن تتخيَّر أفكارًا تضفي جواً من الإفاضة والمبالغة. إن رسمًا واحدًا يساوي ألف كلمة.

وأفضلُ ماتُمثَّل به الرسومُ البيانيةُ والخرائطُ والرسومُ التوضيحية، أن تكون بالرسوم الخطية. ويُنفَّذ الرسم الخطي بحبرٍ أسودِ وبقلمٍ خاص (فني) ذي سنٍ ذات عرضٍ ثابت، ومن ثم يكون الخط ذا سمكٍ واحدٍ. (إذا كنت تريد أن تتعلم الرسم بالحبر، فقد نشرت دار جامپنج ستارز Jumping Stars طبعةً منقحةً من كتاب: *Basic Pen and Ink Drawing*.

اعمل رسوماتِك بالحجم نفسه الذي تُريدها أن تظهر به في كتابك (١٠٠٪)، أو صَغِّرها لتناسب مساحةً أصغر. فالتصغيرُ يجعل رسوماتِك واضحةَ التفاصيل، بينما التكبير يجعلُها زغبةً غير واضحةٍ.

وتُعرف لقطةُ الكاميرا لرسمٍ خطيّ باللقطة الخطية أو الأسيتات. لاتنطبع إلا المساحات السوداء والبيضاء. (تنطبعُ المساحات الرمادية أيضًا، إذا وضعتها قبل التصوير في شبكات طباعية).

لمحات عن الرسم بالقلم والحبر:

١. استخدم ورقًا أبيض مصقولاً لتحصل على خطوطٍ حادةٍ.

٢. استخدم قلمًا أزرق من النوع غير القابل للطبع عندما تبدأ في الرسم المبدئي (اسكتش). إذا رسمته بالقلم الرصاص، فعليك أن تمحو جميع الخطوط، وإلا التقطتها الكاميرا.

٣. املأ جميع الخطوط تماماً. إذا كان قلمُك يرسمُ خطوطًا متقطعةً. فإن الكاميرا ستلتقط هذا الإهمال.

٤. إذا كنت تريد مساحاتٍ رماديةٍ، ضع عليها الشبكات الطباعية المنقطة أو المخططة.

لاتستخدم التلوين بالحبر- إنه يحتاج إلى عمليةِ تصويرٍ مختلفةٍ تُسمى التصوير الشبكي (هافتون). (انظر الخطوة ١٠).

٦. يجب أن يُوضح رسمُك ماترمي إليه. لاتضع رسوماتٍ لمجرد ملء الفراغ.

٧. الرسم الجيد ليس به خطوطٌ لاداعي لها- كلما كان الرسم بسيطًا كان ذلك أفضل.

٨. اجعل رسوماتِك وكأنها رُسمت بيد محترفٍ ما أمكنك ذلك. إذ يُنقص الرسمُ السيئ من كتابِك، في حين يُضيفُ الرسمُ الجيد إليه، معطيًا إيَّاه لَمستك الشخصية.

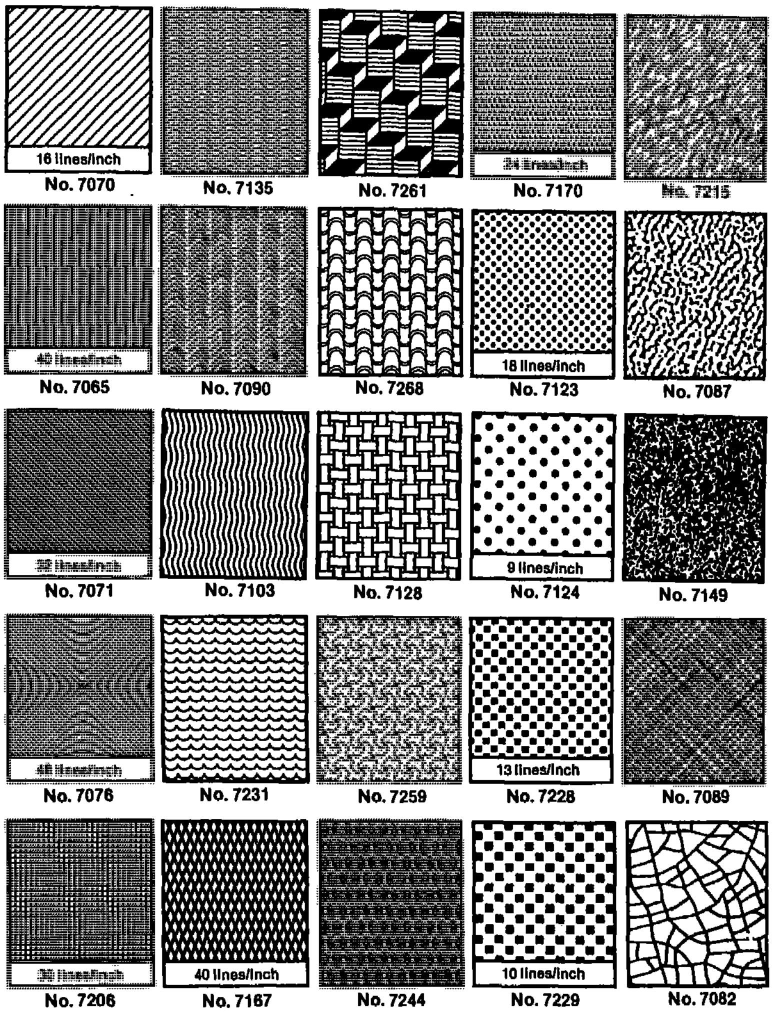
هذه اللمحات يسري مفعولها سواءٌ كنت أنت الفنان الذي سيرسم بالحبر أو استأجرت شخصًا آخر ليتولى عنك هذه المهمة.



بعد إضافة شبكات طباعية　　　　رسم أبيض وأسود

عينات من الشبكات الطباعية

Samples of Graphic Arts Screens



عينات شبكات ماركة FORMATT. بإذن من Graphic Products Corporation Rolling Meadows, Illinois 60008. مواد من نوعية جيدة -اكتب إليهم لتحصل على كتالوج مجاناً.

الخطوة ٩ الصور الفوتوغرافية

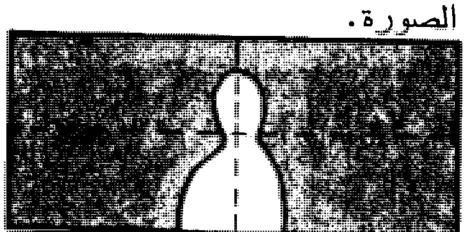
استخدم الصور الفوتوغرافية المناسبة لتوضيح نقاطٍ يصعب وصفها لفظًا، أو لكسر حدة مساحاتٍ كبيرةٍ مليئةٍ بالكلمات، لتُعطي العينين بعضًا من الراحة.

إن الكاميرا العاكسة أحادية العدسة ٣٥مم(★) تلتقط صورًا فوتوغرافية جيدةً. إذا أردت أن تشتري واحدة، فعليك أن تلتمس الرأي والمشورة ممن يستخدمون الكاميرات ٣٥مم. ابحث عن الكاميرات في أقسام الإعلانات في المجلات المتخصصة في التصوير الفوتوغرافي. من هؤلاء المعلنين، قد يُتاح لك في بعض الأحيان توفيرُ مبلغٍ لابأس به عما لو اشتريت من بائع الكاميرات المحلي. ومع ذلك، فغالبًا ما تُماثل أسعار البائع المحلي الأسعار المعلن عنها أو ربما تكون أقل منها. تَفحَّص ذلك أيضًا.

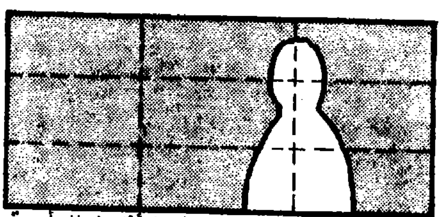
إذا كنت تريد صورًا فوتوغرافيةً، استخدم الصور أبيض وأسود في كتابك الأول. فطباعة الصور الفوتوغرافية الملونة مُكلفةٌ جدًا، وربما تُضاعف من تكاليف طباعة كتابك.

في الضوء الخافت، استعمل فِلْمًا أبيض وأسود سريعًا (ASA 400)؛ في الضوء العادي، استعمل فِلْمًا متوسط السرعة (ASA125).

تجنَّب الأشياء التي لاداعي لها في خلفيةِ صورِك، مصورًا مادة الموضوع الذي تريده دون أن تُقحم تفاصيل إضافية. اجعل الصورة الفوتوغرافية أكثر إثارة بأن تضع موضوعها في نقطتي تقاطع الأثلاث الرأسية بدلاً من وسط الصورة.



لاتضع الشخص في منتصف الصورة



الشخص في نقطتي تقاطع الأثلاث الرأسية

(★) 35 mm SLR (Single Lens Reflex) Camera

يجب أن تَطبع الصور، سواء كانت مقاس ٥×٧ أو ٨×١٠، على ورق لماع، وأن تكون جيدة التباين- وهو الفرق في النسق اللوني بين الإضاءة والإظلام.

والقطل هو قطع تلك المساحات من صورةٍ ما والتي تنتقص من الموضوع الأساسي.

إن عامل الطبع يُمكنه أن يَقطُل صورتك بعد أن يُعيد طبعها بكاميرته الناسخة. وكل ماعليك أن تفعله هو أن تضع أربع علامات سوداء على الحواف البيضاء، مُحدداً المكان الذي تريد أن يُقتطع من الصورة. (يجب أن تُشكِّل العلامات خطوطًا رأسية وأفقية مستقيمة الحواف).

ويجب أن تتحول الصور الفوتوغرافية إلى صورٍ شبكيةٍ (ظليات) لتُستخدم في كتابك.

(انظر الخطوة -١٠-).



ضع علامات القطل (الاقتطاع) على حواف الصورة

الخطوة ١٠ الظليات

الظلية هي نتاج شبكة منقطة توضع بين صورةٍ ما والفلم في كاميرا استنساخ. هذه الشبكة تكسر درجة اللون الرمادي المستمر في صورةٍ ما إلى أنماط منقطة ذات مساحاتٍ متماثلةٍ، ولكن أحجامها مختلفة. المساحاتُ الأغمق تحتاج نقطًا أكبر، والمساحات الأفتح، نقطًا أصغر. وتُحدث الظلية خداعًا بصرياً، يظهر كما لو كانت قد طُبعت بكثافات حبرية متنوعة، بينما هي في الحقيقة قد طبعت بأحجام نقط متنوعة.

وتُقاس شبكات الظليات بعدد النقاط أو الخطوط في البوصة. وتتدرج الشبكات من ٦٥ خطًا إلى ٣٠٠ خط. وللشبكة ٦٥ خطاً نقطًا أكبر من ذات الـ٣٠٠. وكلما كانت الشبكات دقيقة كلما كانت التفاصيل أوضح في الطباعة.

وتستخدم الصحافة بعامة الشبكات ٦٥ خطاً أو ٨٥ خطاً في ظلياتها. تَفحَّص صورةً فوتوغرافية في جريدتك الصباحية، ولاحظ كم هو كبيرٌ حجم النقط. بعد ذلك، انظر كم هي صغيرةٌ النقطُ في صورةٍ فوتوغرافيةٍ في مجلةٍ ما. بمقارنة الاثنتين، ستكوِّن فكرةً عن أحجام النقط ومدى وضوح التفاصيل.

اسأل المختصين في المطبعة التي ستتعامل معها عن نوع الشبكة التي تستعملها هذه المطبعة في عمل الظليات. ثم حوِّل جميعَ صورك إلى ظلّيات بهذه الشبكة الخطية.

ستدفع مبلغًا ثابتًا عن كل ظلّية. قد يُكلفك ذلك من ٢-٦ دولاراتٍ عن ظلية مقاس ٩×١٢. لذلك، إذا كنت تريد أربع صورٍ صغيرةٍ مصغرةٍ إلى المقاس نفسه، ضعها معًا في صفحةٍ واحدةٍ، وبذلك تتحمل تكاليف لقطةٍ واحدةٍ فقط. ومن ناحيةٍ أخرى، إذا كنت تريد تصغير ثلاث صورٍ فوتوغرافيةٍ إلى أحجامٍ مختلفةٍ، فإنك ستتحمل تكاليف ثلاث لقطاتٍ منفصلة.

إذا أضعت صورةً فوتوغرافيةً أصليةً، ولكنك تحتفظ بظليتها وتريد أن تُصغِّرها، فهناك إمكانيةٌ لعملِ لقطةٍ خطيةٍ منها. (هذا البديل الأخير لا يصلح إلا إذا كان التصغير أقل من ٥٠٪).

يجب عليك ألا تعمل ظليةً من ظليةٍ أخرى. إذ حينما توضع ظليةٌ فوق أخرى، تحصل على نمطٍ غير مرغوبٍ فيه يُطلق عليه التموُّج.

كما يجب عليك ألا تُصوِّر مادتك المصفوفة حروفًا بشبكةٍ ظليةٍ لأن النقط تجعل الحروف زغبةً غير واضحة.

يجب عليك ألا تعمل ظليةً من ظليةٍ أخرى. إذ حينما توضع ظليةٌ فوق أخرى، تحصل على نمطٍ غير مرغوبٍ فيه يُطلق عليه التموُّج.

كما يجب عليك ألا تُصوِّر مادتك المصفوفة حروفًا بشبكةٍ ظليةٍ لأن النقط تجعل الحروف زغبةً غير واضحة.

تجعل الظلية الحروف زغبةً غير واضحة

تذكر، يجب أن تُحوِّل الصور الفوتوغرافية إلى ظليَّات.



صورة فوتوغرافية أصلية ملصوقة



لقطة شبكية لصورة فوتوغرافية أصلية

ظليات شبكية متنوعة



ظلية شبكة ٦٥ خطاً



ظلية شبكة ٨٥ خطاً



ظلية شبكة ١٠٠ خطاً

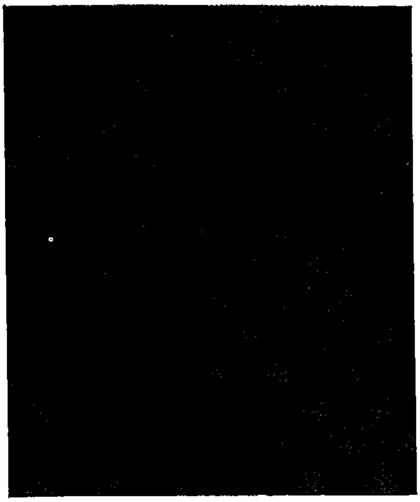


ظلية شبكة ١٢٠ خطاً

أمثلة لظليــات أخرى



لقطة خطية لظلية



تموّج سببه شبكة فوق أخرى



ظلية بها خدش



لاحظ الخط حــول الحــافــة الداخليــة للصــورة الذي أحـدثه الشــريط اللاصق على الأسيتات

الخطوة ١١ التصغير والتكبير

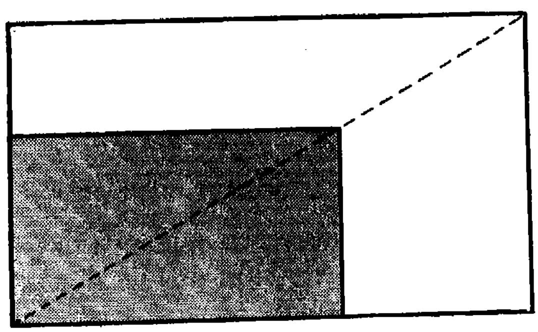
لعلك ترغب في تصغير صُورِك الفوتوغرافية و/ أو رسومِك التوضيحية، أو لعلك ترغب في تكبيرها لتتناسب مع حجمِ الكتاب. وكما ذكرنا آنفًا، إذا ماصغّرت صورةً فوتوغرافيةً أو رسمًا توضيحياً، ازداد وضوحُ التفاصيل، بينما في التكبير تُصبح زغبةً غير واضحة. (الاصطلاح ١٠٠٪ يعني أن الطباعة تكون بحجم الأصل نفسه).

ولكي تَحسِب نسبةَ التصغير أو التكبير، استخدم عجلة التناسب. إن هذه العجلة المعدة لذلك لها مقياسان مُدرَّجان، كلاهما بالبوصة، أحدهما داخل الآخر. ولكي تُحدِّد النسبة المئوية للتصغير أو التكبير، حَدِّد موقع حجم الأصل على المقياس الداخلي، ثم اجعله على خطّ مستقيمٍ مع الحجم المطلوب على المقياس الخارجي. عند ذلك، تظهر لك النسبة المئوية للحجم الأصلي داخل النافذة الصغيرة.

لنقل مثلاً إنك تريد أن تُصغِّر صورةً فوتوغرافية عرضُها ٥ً إلى ٤ً. اجعل التدريج ٥ً في الدائرة الداخلية على خطّ مستقيمٍ مع التدريج ٤ً في الدائرة الخارجية، تجد قراءة التصغير في النافذة ٨٠٪. بعد ذلك، اكتب هذا الرقم على ظهر الصورة الفوتوغرافية أو الرسم التوضيحي (بدون ضغط وبقلم مليءٍ بحبرٍ أزرق من النوع الذي لايظهر في التصوير- وليس بالقلم الرصاص لأنه يترك أثرًا شبيهًا بكبسة الدمغة). واكتب أيضًا اسمك وعنوانك، وإذا ماكنت تريد ظليةً أو لقطةً خطيةً أو معكوسةً أو موجبةً فلميةً.



لكي تستخدم عجلة التناسب، حدد الحجم الأصلي على المقياس الداخلي وحجم التصغير (أو التكبير) على المقياس الخارجي. اقرأ نسبة التصغير (أو التكبير) في النافذة.

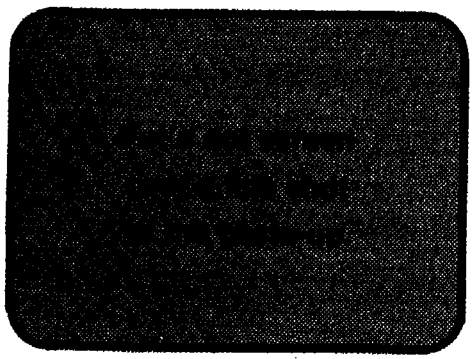


هناك طريقة أخرى لتحديد المقاسات المطلوبة. ارسم خطًا مائلاً من الركن الأيسر السفلي إلى الركن الأيمن العلوي من الأصل. ثم قس حجم التكبير أو التصغير المطلوب ثم امدد الخط المائل إلى هذه النقطة «يتحدد لك بعد ذلك الطول والعرض».

الخطوة ١٢ اللقطات الخطية والمعكوسات

كما قرأت في الخطوة -٨-، تُؤخذ اللقطة الخطية من رسمٍ بالقلم الحبر أو من رسمٍ يتضمن شبكات طباعية.

ولكي تُبقى على الحروف حادةً واضحةً، يُمكنك أن تحصل على لقطةٍ خطيةٍ لمادةٍ مصفوفةٍ. وإذا كنت تريد شبكةً منقطةً فوقها، فاحصل أولاً على لقطةٍ خطيةٍ للمادة المصفوفة (والإطار الخارجي أيضاً، إذا كان هناك إطار)، ثم ضع بعد ذلك الشبكة فوق هذه اللقطة الخطية. (إذا وضعت الشبكة مباشرة فوق الملصوقة، ستلتقط الشبكة أطرافها، مُسببةً ظهورَ شكل قبيح جداً.).



ضع شبكة منقطة على اللقطة الخطية في الملصوقة



لاتضع شبكة منقطة فوق الملصوقة

ويُمكنك الحصول على معكوسة لقطةٍ خطيةٍ لحروفٍ مصفوفةٍ. المعكوسة تعني أن ماهو أبيض في الملصوقة يصبح أسود، وماهو أسود (الحروف) يصبح أبيض. وهكذا، يصبح لديك حروفٌ بيضاء على خلفيةٍ سوداء.

Jumping Star

معكوسة لقطة خطية

Jumping Star

حروف عادية

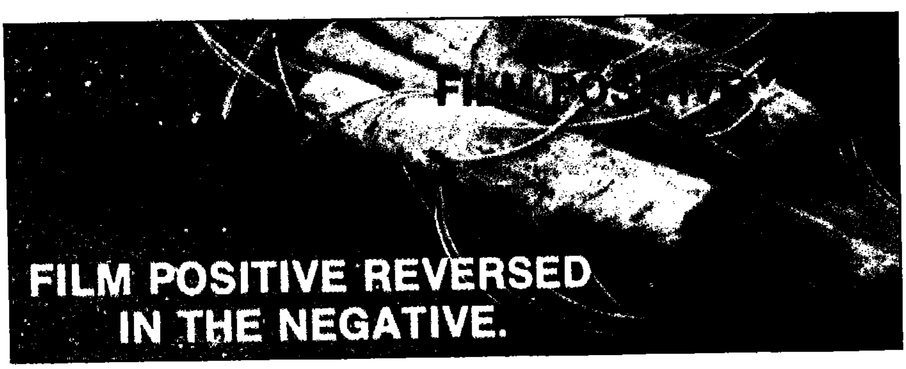
الخطوة ١٣ الموجبة الفيلمية

الموجبة الفلمية تُحوِّل الملصوقة إلى حروفٍ سوداء (موجبة) على غطاءٍ من الأسيتات الشفاف.

ونظرًا لأن الظلية تجعل الحروف زغبةً غير واضحةٍ، فاستخدم موجبةً فلميةً لتضع الحروف المصفوفة (لقطة خطية) فوق شبكة منقطة (ظلية). ضع علامات مطابقة على الملصوقة، ثم ضع الظلية حيث تريدها، ثم ضع الموجبة الفلمية فوق الظلية. بعد ذلك، ضع علامات مطابقة على الغلالة الأسيتاتية فوق العلامات التي وُضعت على الملصوقة بالضبط.

سيقوم الطابع بعمل السالبات وحرق الموجبة الفلمية والظلية معًا فوق لوح مُحسَّس للضوء. وتكون النتيجة لقطةً خطيةً (حروف) فوق ظلية (نقط)، كلٌّ منهما محتفظٌ بسماته الخاصة.

استخدم موجبةً فلميةً أيضًا عندما تكون الحروف بلونٍ مختلفٍ عن الخلفية، أو تكون الحروف بيضاءَ والخلفية ملونة. (تعني العملية الأخيرة أن تكون الحروف مُفرغة في اللون المطلوب).



ظلية مع موجبة فلمية (الحروف السوداء). موجبة فلمية معكوسة (مفرغة) في السالبة (الحروف البيضاء)

الخطوة ١٤ أدوات اللصق

إذا كان كتابُك سيُطبع بطريقة الطباعة المسطحة (الأوفست) التصويرية، فيجب أن يُلصق في صفحاتٍ قبل الطباعة. ويعني **اللصق** في الطباعة وضع الحروف والظليات واللقطات الخطية وأرقام الصفحات على قطعةٍ من ورق الإخراج الطباعي، ثم وقايتها بلِصاقٍ مطاطيّ، أو لِصاقِ الرش، أو شمع. ويُطلِق أهلُ مهنة الطباعة على الملصوقة المنتهية أي الجاهزة للطبع «**الآلية**». الصق كل آلية على وجه واحد فقط– لاتلصقها على الوجهين بأية حالٍ من الأحوال. إنها الآن **جاهزةٌ للتصوير**، ويعني ذلك أن الطابع يُمكنه أن يُصور الآليات، ويعمل السالبات، ويحرق الألواح المُحسَّسة للضوء، والتي منها إلى الطبع. وتعني كلمة «**يحرق**» أن يُسلَّط ضوءٌ شديدٌ من خلال السالبات على الألواح. تَجذب المساحات المحترقة الحبر، ومن ثم تَطبع، في حين تَجذِب المساحات غير المحترقة الماء وتطرد الحبر، وبالتالي فهي لاتَطبع.

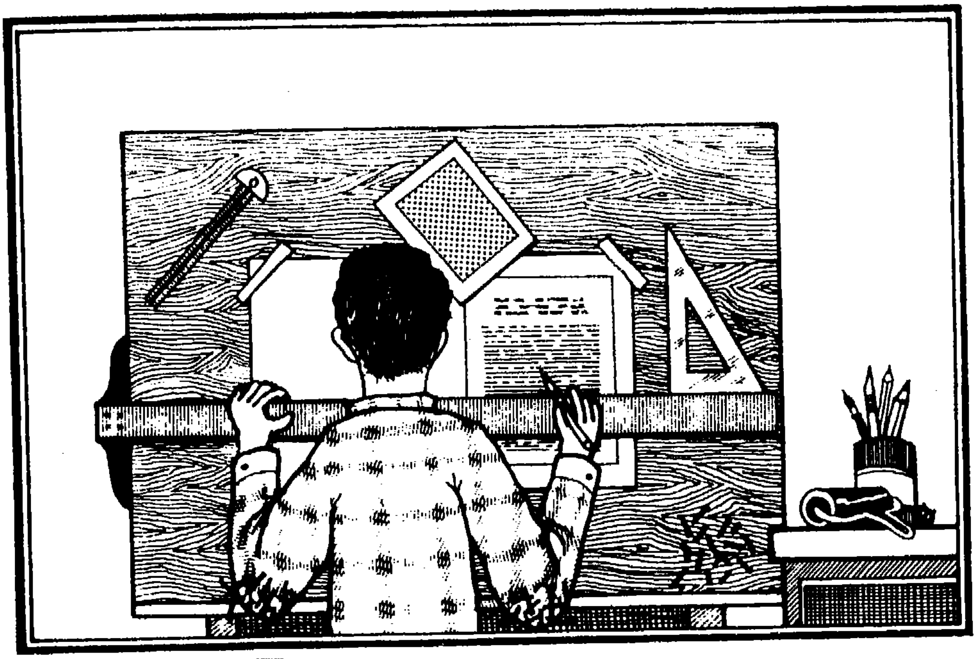
وقد تقوم بنفسك بلصق كتابك، أو قد يتولى هذا العمل الطابع، أو أحد الفنيين المتخصصين. إنها، مع ذلك، مهارةٌ من السهل إجادتها إلى حدّ ما، كما أنها واحدةٌ من المهارات التي ستحتاجها في عمل إعلاناتك.

عليك بشراء أدوات اللصق التالية:

١. لوحةُ رسمٍ مقاس ١٨×٢٤ً على الأقل، لتلصق عليها صفحات الإخراج الطباعي. اشترِ لوحةَ رسمٍ كبيرةً بقدر ماتسمح به المساحة المتاحة وبقَدر ماتحتمله إمكاناتك المادية.

٢. مسطرةٌ تائيةٌ مقاس ٢٤ً (يفضل أن تكون معدنية)، أو حافة مستقيمة متصلة بلوحة الرسم. استخدم المسطرة التائية في جعل الحروف مستقيمة أفقياً، وفي رسم الخطوط الأفقية. وبالحافة المعدنية يمكنك أن ترى إذا كانت الحروف مستقيمة من عدمه.

٣. مثلثٌ ١٢ً (٣٠-٦٠ْ) لتجعل أعمدة الحروف على استقامة واحدة، ولترسم الخطوط الرأسية.



مؤلف ناشئ/ فني لصق ومعه أدوات الفنون الخطية

٤. شريطُ تثبيتٍ(★) عرضه ($\frac{١}{٢}$ - $\frac{٣}{٤}$ً) لتثبيت الأركان العلوية من صفحات الإخراج بلوحة الرسم وذلك بعد جعل حافاتها السفلية مستقيمةً أفقياً بالمسطرة التائية. ويبدو شريط التثبيت مثل الشريط الحاجب(★★)، ولكنه أقل منه احتواءً على المادة اللاصقة.

٥. مسطرةُ طبَّاعٍ معدنيةٍ (طول ١٢-١٨ً) بها تقسيم البايكا والبوصة. إنك ستستخدمها في القياس، وباستخدام السكين، في قطع الحروف واللقطات الخطية والظليات. احرص دوماً على وقاية الحروف المصفوفة بالمسطرة فلاتنزلق وتنقطع الحروف.

(★) Drafting tape.

(★★) Masking tape.

٦. مِقطعةٌ طباعيةٌ ومعها نصالٌ زائدةٌ رقم ١١. استخدم هذه المقطعة في قطع الحروف واللقطات الخطية والظليات، كما ذكرنا آنفًا. والنصل الحامي وجوبي للحصول على قَطعٍ نظيف.

٧. أقلامٌ رصاصٌ زرقاء من النوع الذي لايظهر في الطبع وأقلام حبر ذات سن لبّادية(★). استخدم هذه في رسم الخطوط التمهيدية، وفي عمل التصحيحات والتعديلات. عند تصويرها بكاميرا استنساخ فإنها لاتظهر في الطباعة.

٨. عِدةُ عُلَبٍ من أشرطة الحواف(★★) ذات أشكالٍ وأحجامٍ متنوعةٍ (من الخط الشعري حتى ١٢ بنطًا). هذا الشريط هو خط أسود مطبوع مسبقًا يُستخدم في رسم الحواف (البراويز) أو في أي مكان تريد أن تضع فيه خطأ. ويُمكنك التعرف دومًا على الرجل الذي يعمل في اللصق بسبب مئات القطع الصغيرة من الأشرطة الحافية على مرفقيه وفي نعل حذائه.

٩. مثبتاتٌ مثل اللّصاق المطاطي، أو لِصاق الرش، أو الشمع. واللصاق المطاطي أرخصها جميعًا، ويبقى على أي شيء ملصوق مسطحًا. عيبه الوحيد أنه حينما يجف، فإن أيَّ شيءٍ لُصق به يصعُب نزعه. إن لصاق الرش أسهل استخدامًا. وللرشاشات المتنوعة درجات التصاقٍ مختلفة، لذا فعليك أن تتخيَّر منها مايسمح لك بتحريك أي شيء بعد لصقه. والعيب الوحيد في استخدام لِصاق الرش هو استنشاق الأبخرة. أما الشمع الطباعي فهو أغلى الثلاثة ثمنًا، ولكنه يسمح لك أن تُحرِّك بسهولة شيئًا تكون قد لصقته من قبل. وباستخدام مُشَمِّعَة فإنك تضع طبقة رقيقة على ظهر قطعة الحروف المصفوفة ثم تضعها حيثما تريد. وبعد ما تتأكد من وضعها في المكان الصحيح، اضغط بشدة مستخدمًا مكبسًا مطاطيًا دوارًا. فيما لو أردت بعد ذلك أن تُحرِّك هذه القطعة المصفوفة، فسيكون ذلك في مقدورك بأقل المشكلات. إن أرخص

(★) Felt-tip pens

(★★) Border tape.

مشمعّة يدوية تكلفك ٣١ دولارًا، بينما أغلى مشمعة إستوديو يصل ثمنها إلى ٦٠٠ دولار. . ولاشك أن الشمع أفضل مايكون عندما يكون لديك الكثير لتلصقه، كما في حالة كتابك.

١٠. شبكاتٌ طباعيةٌ ذات نقطٍ وخطوطٍ. هذه الصفحات الرقيقة المصنوعة من الأسيتات تنزع من ظهارتها، ثم توضع فوق الرسم، أو الرسم البياني، . . . إلخ، ثم تقص بعنايةٍ فائقةٍ إلى الحجم المطلوب بالضبط بسكينٍ طباعيةٍ. الشبكات مفيدة إذا مارغبت في إضافة نسيجٍ أو تكوينٍ للرسم أو الرسم البياني. إنها تُسمى أيضًا شبكات بنداي نسبةً إلى الرجل الذي اخترعها. إنها تأتي على تشكيلةٍ واسعةٍ من الأنسجة والتكوينات والخطوط والنقط. وتتراوح النسبة المئوية للضوء الذي تعوقه بين ١٠ و٧٠٪.

١١. عجلةُ تناسبٍ دائريةٍ من البلاستيك أو الكرتون لتقدير نسب التصغير والتكبير.

١٢. مِكبسٌ دوّارٌ من المطاط لوقاية الملصوقات على صفحات الإخراج الطباعي. عليك بشراء مكبسٍ دوّارٍ بغض النظر عن نوع اللصاق الذي ستستخدمه.

ويمكنك أن تشتري هذ المواد من أي محل يبيع الأدوات الفنية. إذا لم يكن هناك أيٌّ منها، سل العاملين في الإخراج الطباعي في جريدتك المحلية أو المطابع من أين يشترون أدواتهم وموادهم؟.

الخطوة ١٥ عادات اللصق

حوِّل خلوتَك الآن إلى غرفة لصق، مُفسحًا مايمكنك من مكانٍ في مساحة طاولةٍ لتبسط عليه أدواتك. إذا لم يكن لديك مكانٌ مناسبٌ مخططٌ ببراعةٍ، فإنك دومًا ستبحث مرتبكًا عن تلك الآلة «التي كانت هنا منذ دقيقة». إذا كنت ستعمل في تشوشٍ وفوضى، فلاشك أن عملية اللصق ستعكس ذلك، ومن ناحيةٍ أخرى، إذا كان المكان مُنظمًا، فما من شكٍّ أن اللصق سيبلغ حد الكمال.

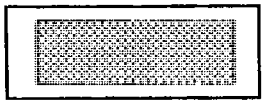
ونظرًا لكون عملية اللصق تتضمن عددًا من الأدوات المختلفة لكي تجمع معًا صفحة طباعية واحدة، فما عليك إلا أن تبسطها أمامك كلٌّ في مكانٍ مخصصٍ له. وبعد أن تنتهي من استخدام آلةٍ ما، أعدها إلى مكانها المخصص لها والذي أخذتها منه. إنك بتكوينك عاداتٍ طيبةٍ الآن، ستُوفر على نفسك كثيرًا من الوقت فيما بعد، على سبيل المثال، عندما تعمل قرب الموعد المحدد للانتهاء من الطبع.

ابدأ في ممارسة عملية اللصق بجرعاتٍ صغيرةٍ. انسخ شيئًا ما على الآلة الكاتبة، ثم اقطعه وانزعه، ثم ضع لاصقًا على ظهره، ثم الصقه على فرخ من ورق الإخراج الطباعي (قطعة رقيقة من ورق البطاقات أكبر من الأصل المنسوخ على الآلة الكاتبة). أصعب ما في عملية اللصق هو الإبقاءُ على السطور مستقيمةً، لذا فعليك دومًا أن تتفحصها بطول قاعدة السطر بالمسطرة التائية. استخدم المثلث لتتأكد من أن الأعمدة على استقامةٍ رأسيةٍ. تمهَّل وأنت تؤدي هذا العمل. مارسه على مجموعة أخرى من الأصول ثم مع ثالثة.

الصق التصليحات الكبيرة فوق الأخطاء مباشرةً. إذا كان عليك أن تُغيِّر كلمة أو كلمتين فاقطع حولها ثم انزعها بالمقطعة. ضع الكلمات المصححة في الأماكن الخالية، مع التأكد من أن على ظهرها من اللِّصاق مايكفي لكي تلتصق. ولاتنسَ أن تساوي قواعد الكلمات الجديدة بقواعد الكلمات الأخرى الموجودة في السطر.



اقطع حول الكلمة



انزع الكلمة



الصق التصحيح

تحذير: إن التصلحيات(★) الصغيرة قد تُنتزع أو تتطاير من آليتك وتضيع إذا لم تضعها في مكانها المفرغ. أما باستخدامك لسطرٍ أو سطورٍ بأكملها أُعيد صفُّها بعد تصليحها، فإنه يمكنك لصق هذا السطر أو هذه المجموعة من السطور بالضبط فوق السطور التي بها الخطأ، إذ كان بها من المساحة مايكفي لكي تلتصق، ومن ثم لن تُنتزع.



مؤلف ناشئ/ فني لصق في حالة ارتباك وإحباط

(★) المترجم: يُفرِّق أهل المهنة بين التصحيح وهو مايقوم به مراجع التجربة، والتصليح وهو مايقوم به الصفّاف.

وإذا أردت أن تتعلم اللصق في موقعه وتحت وطأة ضغط العمل، فماعليك إلا أن تلتحق بعملٍ إضافيّ في صالة المونتاج في إحدى الصحف اليومية أو المجلات أو وكالات الدعاية. ستصبح خبيرًا في وقتٍ قصيرٍ.

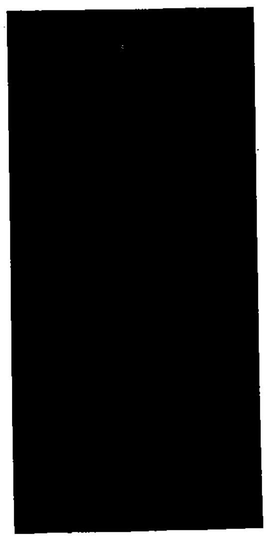
أما إذا أصابتك حالةٌ من الإحباط أو فَتُرت هِمَّتك لإحساسك بأنك مجرد أصابع وأنت تلصق، فقاوم وحاول بإصرار. ويتطلب اللصق التنسيق بين العين واليد، إضافة إلى القدرة على العمل بقطعٍ صغيرةٍ كثيرةٍ. إن اكتساب مهارة التنسيق يستغرق بعض الوقت. كن مثابرًا!؛ فسيأتي اليوم الذي ستلصق الحروف المصفوفة نفسها بنفسها إذا جاز التعبير. وعندما يحدث ذلك، سيكون اللصق مثل أية مهارةٍ مُحرِّكةٍ (مثل قيادة السيارة على سبيل المثال) تُمارسها دون تفكير.

الخطوة ١٦ ملاحظات تصوير الملصوقة

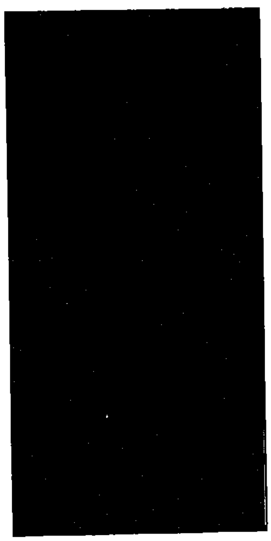
لسوء الحظ، ليس كل لون تلصقه يمكن تصويره ليُستخدم في طباعة الأُوفست الليثوجرافية. فكاميرا الطباع تُحوِّل الألوان إلى الأبيض والأسود فمثلاً. ترى هذه الكاميرا اللون الأحمر أسود. لنفرض أن لديك أصلاً مطبوعًا بحبر أسود على خلفية حمراء، سيُصوَّر الأصل كله أسود مصمت. أما إذا كانت الخلفية لونها أزرق فاتح فستُصوَّر أبيض، بينما الأزرق الغامق يصوّر أسود.

وكلما كان اللون فاتحًا، كلما كان تصويره صعبًا. ولما كانت الألوان الغامقة أفضل في التصوير، لذلك فإن أفضل الألوان التي تستخدمها في اللصق هي الأسود والأحمر.

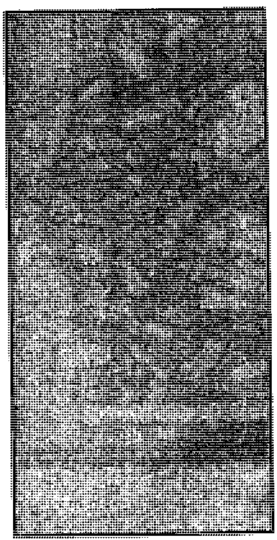
في الخطوة -١٨-، ستتعلم كيف تفصل الألوان للطباعة إذا كنت لن تكتفي باللون الأسود.



ملصوقة حمراء



ملصوقة زرقاء



ملصوقة صفراء

الخطوة ١٧ الطباعة الملونة

تختلف الألوان الأساسية أو ألوان المعالجة في الضوء وفي أصباغ الطلاء عن تلك المستخدمة في الطباعة. فالأصفر وأحمر الماجنتا وأزرق السيان والأسود هي ألوان المعالجة التي منها يمكن أن يُخلط أيُّ حبرٍ ملوَّن.

إن طريقة الطباعة القياسية من لونٍ واحد هي الطباعة باللون الأسود. وتعني الطباعة من لونين الأسود إضافة إلى لون آخر؛ الطباعة من ثلاثة ألوانٍ الأسود ولونين آخرين.

ويتطلب كلُّ لون سالبةً ولوحًا طباعيًا منفصلين. وكما أن للأسود سالبةً واحدةً ولوحًا طباعيًا واحدًا، فإن الألوان الثلاثة تحتاج إلى ثلاث سالبات وثلاثة ألواح طباعية. إن زيادة ألوانٍ إضافيةٍ تُزيد من تكاليف الكتاب إلى حدٍ كبيرٍ بماتستهلكه من مواد إضافية ووقت مستنفد.

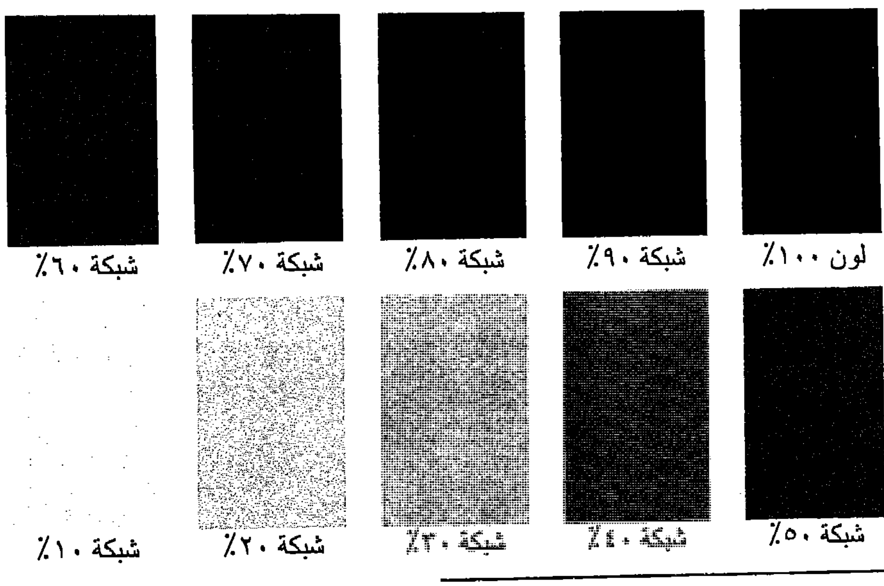
يُمكنك أن تختار أمرًا وسطًا بين الطباعة الملونة الكاملة (توفيرًا للتكلفة) وبين ظلية أسود وأبيض (لتحصل على عمق أكثر) بأن تعمل ظلية من لونين (ديوتون). تعمل أولاً ظلية اللون الأسود ثم ظلية اللون الآخر. بعد ذلك، توضع الظليتان فوق بعضهما البعض (بالزوايا الصحيحة).

بالنسبة لكتابك الأول، حاول أن تستخدم لونًا واحدًا أو لونين على الغلاف الخارجي، والأسود في الداخل للمتن، إلا إذا رأيت وجوبًا استخدام صورٍ فوتوغرافيةٍ ملونةٍ.

الخطوة ١٨ غلالات الالوان

إذا أردت أن تضيف إلى الأسود لونًا آخر لمتن كتابك ، فأنت بحاجةٍ إلى معرفة **فصل الألوان**، سواء كان فصلُ الألوان بوساطة مكنات أو ستؤديه بنفسك . لقد فُصلت ألوان غلاف هذا الكتاب(★) فصلاً يدويًا لأنها جميعًا منتظمة الشدة اللونية (١٠٠٪) وقد بلغت تكلفة هذا الغلاف ٢٠ دولارًا أمريكيًا في مقابل ٢٠٠ دولارٍ أمريكيّ لو أنها فُصلت آليًا (باستخدام المكنات).

ولكي تفصل الألوان يدويًا، خُذ فرخًا من الأسيتات الشفاف وأضف إليه شبكات ومساحاتٍ مصمتةً حيث تُريد اللون الثاني. على أية غلالة، يُمثِّل الأسود أو الأحمر شدةً لونيةً كاملةً (١٠٠٪). الروبيليث والأمبرليث والپاراپيك هي أسماء تجارية تُستخدم في الإشارة إلى اللون الكامل. ولأية شدةٍ لونيةٍ أقل من اللون الكامل، استخدم شبكاتٍ بنسبٍ مئويةٍ تبدأ من ٩٠٪ (قريبة من اللون الكامل) وحتى ١٠٪ (لون فاتح جدًا).



(★) غلاف النص الأجنبي.

يأخذ كلٌ لون إضافيّ غلالةً واحدةً. لنفرض، على سبيل المثال، أنك تريد ثلاثة ألوانٍ إضافيةٍ إلى الأسود سيكون الأسود على الآلية، وكل لون إضافي على واحدةٍ من ثلاث قطع منفصلة من الأسيتات.

تذكر أن الألوان على الآلية والغلالات (المساحات السوداء أو الحمراء إضافةً إلى الشبكات الرمادية) ليست هي النهائية.

في الطباعة متعددة الألوان، خلافًا للأسود والأبيض، قد تُسبب الشبكاتُ المنقطة المركبة فوق بعضها البعض تموجاتٍ، أو أنماطًا غير مرغوبة. ولكي توازن هذه المشكلة، ضع الشبكات التي يمثل كل منها لونًا مختلفًا على زوايا محددة مسبقًا (الأسود ٤٥°، الماجنتا ٧٥°، الأصفر ٩٠°، والسيان ١٠٥). وعندما تطبع، لن تكون النقط اللونية المتنوعة مركبة فوق بعضها البعض، ولكنها إلى جوار بعضها البعض. وتقوم العين البشرية بالفعل بمزج الألوان. افحص بعدسة مكبرة صورةً فوتوغرافية منشورةً في مجلةٍ مطبوعة كاملة الألوان. لاحظ أن آلاف النقط الملونة ليست مركبة فوق بعضها البعض وأن عينيك هي التي تقوم بمزج الألوان.

ولكي تُطابق غلالات الأسيتات بدقة على الآلية، استخدم علامات المُطابقَة في الركنين الشمالي العلوي واليمين السفلي (خارج نطاق مساحة تصوير الكاميرا، في الهوامش) على الآلية وعلى كلٍّ غُلالة. تضمن هذه العلامات- وهي دوائر داخلها خطان متقاطعان على زوايا قائمة- تطابقًا تاماً. (يُمكنك أن تشتري لفّات منها في أحجام مختلفة.) طابق هذه العلامات بدقة فوق بعضها البعض. لأنها لو انحرفت بمقدار $\frac{١}{٨}$ بوصة، فلن تتطابق الألوان، وستكون النتيجة عملاً متداخل الألوان غير متقنٍ.

عَنوِن كل غلالةٍ مستقلةٍ باللون المطلوب (أسود، أحمر، أزرق، ... إلخ). وبعد أن تُحوِّل كلَّ غلالةٍ إلى سالبةٍ، ثم إلى لوحٍ طباعيّ، يحتفظ الطباع بتمييزات الألوان ليُحدِّد أيُّ الألواح يُحال إلى أية محبرة في مكنة الطبع. (على سبيل المثال،

تُصبح غلالة الأصفر لوحاً طباعياً يطبع بالحبر الأصفر.) بعد ذلك، لكي تضمن الدقة، تطابق علامات التطابق على مكنة الطبع. وبعد أن يُصبح التطابق صحيحاً وتاماً، يُطبع كتابك. اطلب إلى الطبّاع الذي تتعامل معه أن يُريك عملية التلوين حتى تعرف مايحدث من البداية إلى النهاية.

جميع صورك الفوتوغرافية الملونة يجب أن تُفصل آلياً بسبب تنوع الشدة اللونية. في هذه العملية، يقوم المكثاف (دنسيتومتر) بفرز ألوان الصورة، وذلك بفصل كل لونٍ إلى أنماطٍ منقطةٍ مناظرةٍ ذات شدةٍ لونيةٍ متنوعةٍ.

الخطوة ١٩ أجزاء الكتاب

يتكوَّن الكتاب عادةً من ثلاثة أجزاء:

١. مادة الصدر (المادة الأمامية) أو الأوائل.

٢. المتن.

٣. مادة اللحق (المادة الخلفية) أو المادة المرجعية أو الأواخر.

ليس لكل الكتب هذه الأقسام الثلاثة، في حين تكون لبعضها أجزاءٌ لم نذكرها.

تُرقَّم مادة الصدر (الأوائل) عادة بأرقام رومانية صغيرة(★). تُحسب كل صفحة في الترقيم حتى ولو لم يكن رقم الصفحة مطبوعًا على صفحةٍ مصفوفةٍ حروفُها أو بيضاء.

الصفحة اليمنى (صفحة يمين بلغة أهل المهنة) تعني الصفحة التي تكون إلى يمين القارئ في كتاب مفتوح، **والصفحة اليسرى** هي التي تكون إلى يسار القارئ (صفحة شمال بلغة أهل المهنة). يكون ترقيم الصفحة اليمنى فردياً، ويكون ترقيم الصفحة اليسرى زوجيًا(★★).

فيمايلي مخطط عام للمادة الأمامية لكتابك:

※ صفحة نصف العنوان i

※ صفحة بيضاء ii

※ صفحة العنوان iii

※ إشعار حق الطبع، تاريخ الطبع، رقم بطاقة فهرس مكتبة الكونجرس (إذا كان مناسبًا)، الرقم الدولي المقنن للكتاب iv

---

(★) Lower case؛ المترجم: ويقابلها في المتون العربية الترقيم بالأبجدية.

(★★) المترجم: ينطبق هذا الترقيم على المتون الإفرنجية المكتوبة بلغات تُقرأ من اليسار إلى اليمين، أما في المتون العربية فيكون ترقيم الصفحات اليمنى زوجياً والصفحات اليسرى فردياً.

* الإهداء أو عبارة مقتبسة v

* صفحة بيضاء vi

* صفحة المحتويات vii

* تصدير .... فردي

* تقديم .... فردي

* مقدمة .... فردي

أما بالنسبة لمتن كتابك:

* أول صفحة في المتن ١

وفيما يخص مادة لحق كتابك:

* الملاحق .... فردي

* ثبت المصطلحات .... فردي

* البيليوجرافيا .... فردي

* الكشافات .... فردي

صفحة **نصف العنوان**(★) هي أول صفحةٍ مطبوعةٍ في الكتاب، ولاتتضمن غير العنوان الرئيسي للكتاب. تبدأ دومًا بصفحةٍ فرديةٍ.

عادةً ماتكون **الصفحةُ الثانية** بيضاء، ولكنها قد تستخدم امتدادًا لصفحة العنوان فيُكوِّنا معًا صفحةً ثنائيةً. ويمكن أن تُنشر في هذه الصفحة قائمةٌ بالكتب التي نشرها المؤلف نفسه.

وتحوي **صفحةُ العنوان** العنوانَ الكاملَ للكتاب، وأي عنوانٍ فرعيّ، واسم المؤلف، و/ أو المحرر، واسم الناشر.

(★) يستعاض عنها في المتون العربية بالبسملة.

وتحمي **صفحةُ حقوق الطبع** كتابك من أن يُطبع دون تصريح منك. وتضم المعلومات التالية: حقوق الطبع (c) ١٩٧٩ لديفيد جوركمان. تحتها تدرج عبارة «جميع الحقوق محفوظة». وتضم هذه الصفحة أيضًا التاريخ الطباعي، ورقم بطاقة فهرس مكتبة الكونجرس، والرقم الدولي المقنن للكتاب(★)، واسم الناشر وعنوانه.

أما **صفحةُ الإهداء** فتحوي إما اقتباسًا أو لمن أهدي إليه هذا الكتاب. إذا كان هناك إهداءٌ واقتباسٌ فيكون موقع الاقتباس في الصفحة الفردية التالية. يكفي في صفحة الإهداء أن يكون الإهداءُ بسيطًا «إلى ثم الاسم».

تبدأ **المحتوياتُ** بصفحةٍ فرديةٍ وتشمل أرقام الفصول، وعناوينها، وأرقام صفحات بداياتها.

إذا أردت أن تُدرج قائمة **الأشكال** و/ أو **الجداول** فليكن ذلك بعد المحتويات وفي صفحة فردية لكل منهما.

والتصدير هو عرض للكتاب بقلم شخص آخر غير المؤلف، ويبدأ بصفحة فردية ويُذكر اسمُ كاتبه في نهايته.

ويتناول **التقديمُ** عادةً الأسباب التي من أجلها كتب المؤلف هذا الكتاب، ويبدأ بصفحة فردية.

إذا كنت تنوي كتابةَ **شكرٍ وتقديرٍ**، فيفضل أن يكون جزءًا من التقديم، شريطة ألا يكون طويلاً. أما إذا كان الشكر طويلاً فليبدأ بصفحة فردية.

إذا لم تكن **المقدمةُ** من مادة موضوع الكتاب، فيكون موقعها بعد التقديم. أما إذا كانت من مادة موضوع الكتاب، فضعها في متن الكتاب ذاته. تبدأ بصفحة فردية.

(★) ISBN.

رتِّب متنك منطقيًا، مع عناوين للفصول تُعرِّف بمحتوى كل منها. هذه العناوين غايةٌ في الأهمية؛ لأن كثيرًا من الناس يستخدمون المحتويات ليقرروا ما إذا كان سيشترون أو يقرأون كتابًا ما.

والهدف من **الملحق** هو أن يتوسع المؤلف في جزءٍ ما من متنه. الصفحة الأولى فردية. إذا كان هناك أكثر من ملحق، فيجب أن يكون لكل منها رقمه وعنوانه.

ويُعرِّف **الثَّبَت**(★) بالمصطلحات المستخدمة في الكتاب، والتي يجب أن تكون مرتبةً هجائياً. يبدأ الثبت بصفحةٍ فرديةٍ.

تُحدد **الببليوجرافيا** الأعمال التي رجع إليها في المتن أو التي استهدى بها المؤلف. وتبدأ بصفحة فردية.

ويُدرج **الكشافُ**- والذي يستخدم في الكتب غير الخيالية ذات الطبيعة الجادة- هجائيًا رءوس الموضوعات والأسماء الواردة بالمتن ويعطى قرين كل مدخل رقم الصفحة التي يُوجد بها. يبدأ بصفحةٍ فرديةٍ.

(★) يُنصح في المتون العربية أن يكون هناك ثبتان الأول عربي- إنجليزي، والثاني إنجليزي- عربي لتعم الفائدة.

الخطوة ٢٠ عن هذا الكتاب

قطعُ هذا الكتاب(★) ٨ $\frac{١}{٢}$ × ١١ً، حُرِّر ٨ $\frac{٣}{٨}$ × ١٠ $\frac{٧}{٨}$ ً. ويشـتمل على ١٦٠ صفحةً مقسمةً إلى عشر ملازم كلٌّ منها ١٦ صفحة. الملزمة هي الفرخ المطبوع بعد طيه. تحوي الملازم من ٦٤ صفحة (للورق الخفيف جداً)، إلى ٣٢ صفحة (للورق العادي) إلى ٨ صفحات (الورق الثقيل). ويُحدد نوع مكنة الطبع (في حالتنا هذه Kottrol Web Offset) حجم الملزمة.

نوع الورق المستخدم في هذا الكتاب هَسكي رقم ٦٠ أوفست؛ ورق الغلاف هَسكي بنط ١٠، لماع (كوشيه) من وجهٍ واحد.

ألوان الأغلفة هي أزرق البانتون (٣٠٠)، وأصفر البانتون (١١٥).

سطح حرف العنوان على الغلاف الأمامي هي فيوتورا مضموم ذو ظل ثقيل بنط ٦٠، سطح حروف باقي بيانات الغلاف الأمامي والظهر: أسود تايمز بنط ٣٢، ٢٤، ١٤؛ أسود هلفتيكا إبنط ١٠.

وقد صُفّت حروف المتن والعناوين من حرف الباسكرڤيل، وهو حرفٌ ذو زوائد طرفية اختير لسهولة قراءته.

وقد جاء حجم الحرف في المتن بنط ١٢، والفوصلة (المسافة بين السطور) ١٥ بنطًا. اختير كلاهما أيضًا لتسهيل القراءة. أرقامُ الخطوات حرف بنط ٢٤، عناوين الخطوات حرف بنط ٣٢. عناوين الخطوات مصفوفة من حروف استهلالية (كاپيتال) وغير استهلالية (سمول)، مُذنَّبة بنطان.

(★) المترجم: كل ماجاء عن وصف هذا الكتاب يُقصد به النص الأجنبي، وهو يختلف في مواصفاته الطباعية عن الطبعة العربية.

STEP 20

About This Book

This book is 8½ X 11", trimmed to 8¼ X 10⅞". It contains 160 pages, broken down into 10 signatures of 15 pages each. A *signature* is a printed sheet after it has been folded. Signatures contain from 64 pages (very thin paper stock), to 32 pages (regular stock), to 8 pages (thick stock). The type of press (in this case a Kontrol Web Offset) determines the size of the signature.

نموذج من النص الأجنبي مصفوفًا بالمواصفات الواردة في هذا الفصل(★)

عرض العمود ٣٢ بايكا، مما استوجب الحرف بنط ١٢ مع فوصلة ١٥ بنطًا. وهذه العناصر الثلاثة تعمل معًا لتعطي أثرًا بصريًا مُرضيًا.

وقد صُفت الاقتباسات بنط ١٢ باسكرڤيل إيطالي مع فوصلة ١٥ بنطًا في عمودٍ عرضه ٣٢ بايكا. أما مصدر الاقتباس فهو بنط ١٢ باسكرڤيل محاذٍ لنهاية الجملة من اليمين.

In books, it is the chief of all perfections to be plain and brief.
Joseph Butler

نموذج للاقتباس كما جاء بالنص الأجنبي(★★)

(★) المترجم: أدرجنا هذا الجزء موضحًا عليه المواصفات زيادة في الإيضاح.
(★★) المترجم: أوردناه بوصفه نموذجًا للإيضاح.

وقـد صُفَّ متن «عـن المؤلف About the Auther» باسكرڤيل بـنط ١٠، مع فوصلة ١٢ بنطًا، وعمـود عرضـه ١٥ پايكا. العنوان باسكرڤيل بنط ١٦ اسـتهلالي (كاپيتال) وغير استهلالي (سمول).

أرقام الصفحات باسكرڤيل بنط ١٢.

التعليق على الصور الفوتـوغرافية والرسوم التوضيحـية صُفَّ باسكرڤيل أسود بنط ١٠ مع فوصلة بنط ١٢. وقد حَدَّد حجم الصورة أو الرسم التوضيحي عرض العمـود. (دومًا ابدأ التـعليق على الشكـل محـاذيًا من جـهـة الشـمـال(★) للـرسم التوضيحي الخاص به، وإذا كان طويلاً بمايكفي اجعله مـوازيًا للجانب الآخر من الرسم التوضيحي.)

وقد صُفَّت الأجزاء الأخرى من الكتاب باسكرڤيل بمساحات تحدد الأحجام.

وقد طبعت أفـرخ التوضيب الرئيسة مسبقًا على ورق بطاقات أبيض رقم٦٧، $\frac{١}{٢}$ ٨×١١ً. الصفحات اليمنى والصـفحات اليسرى قد عُملت من ١٠٠ لكل منها تحسبًا للأخطاء. ولما كانت المادة الأمامية خلوًا من أية برِوايز، فقد طُلب ٢٠ فرخًا أيضًا.

لهذه الصفحات هامش ٤,٥ پايكا جهـة الشمال والرأس واليمين. أما هامش ذيل الصفحة ٥,٥ پايكا ليسمح بطبع أرقام الصفحات. وفي داخل كل صفحة (هامش الكعب) فهناك مسافة $\frac{٣}{١٦}$ إضافية للتحرير (الـتعريش) في عملية التجليد البشر. وقد نُفِّذ الكنار (البرواز) على كلِّ صفحةٍ بشريط بنطين.

وقد عُملت الظليَّات في هـذا الكتاب بشبكات ٦٥، ٨٥، ١٢٠ خطًا. وقـد لُصقت ظليَّات الشبكات ٦٥ و٨٥ خطًا على الآليـة. وقد نُزعت ظليَّات الشبكات ١٢٠ خطًا

(★) المترجم: في المتون العربية يُحاذي التعليق الجانب الأيمن من الرسم التوضيحي أو الصورة الفوتوغرافية.

في السالبات لدى المطبعة. وقد خصصت فتحات الپاراپيك، ذات الحيز $\frac{1}{8}$ حول الآلية كلها، لتتم عملية النزع داخلها.

أما في الرسوم التوضيحية، قد استُخدمت الشبكات الطباعية المتنوعة في شدتها وفي عدد خطوط النقط من ماركة فورمات(★).

وقد استُخدمت في الرسم أقلام حبرٍ تقنيةٍ تراوح سُمكها بين ٠,١٨، ٠,٢٥، ٠,٣٥، ٠,٥، ٠,٧، ١,٠، ١,٤.

والتُقطت الصور بكاميرتين ماركة أوليمپس(★★)، بعدستي تزويم ٣٥–١٠٥ و١٠٠–٣٠٠. الفلم تراي إكس (Tri- X ASA 400).

وقد بدأت عملية اللصق بالصفحة الأولى (الصفحة رقم i، صفحة نصف العنوان) واستمرت العملية بتسلسلٍ حتى انتهى الكتاب. وقد أُعدت الصفحات فُرادى (أي صفحة صفحة) وذلك لعدم إمكانية العمل بملزمة ١٦ صفحة. وقد أُحضرت الملصوقات إلى الطباع في صندوق. وقد لصقت هذه الصفحات (الملصوقات) على فِلم ترتيب صفحات الملزمة (الملزمة الفلمية).

(★) FORMATT، اسم تجاري.

(★★) Olympus OM 1.

الخطوة ٢١ عن الغلاف

لُصق غلاف هذا الكتاب(★) على فرخين من ورق الرسم الثقيل الناعم مقاس كل منهما ١٣×١٩ً. خُصِّص أحدهما للخارجي (وجه وظهر)، والثاني للداخلي (أمامي وخلفي). وقد رُسم مُخطط الغلاف – مقاس ١١×١٧ً– بقلمٍ ذي سنٍ لبَّاديةٍ حبرُه أزرق غير قابلٍ للتصوير. (وقد تحدد الحجم النهائي لهذا الكتاب بعد تحريره في هذا الوقت).

وقد رُسمت خطوط البرواز السوداء على الغلافين الخارجيين بقلم تقني ذي سنٍ رقم ٠,١.

ووُضعت الحروف البيضاء المُظللة الخاصة على آلية الغلاف الأمامي. بعد ذلك وُضعت علامتي التطابق، الأولى في الركن الشمالي العلوي والثانية في الركن الأيمن السفلي خارج مساحة طبع الصورة. (لهذا السبب كان مقاس ورق الرسم أكبر من المقاس الفعلي للغلاف ببوصتين).

وقد غُطيت الآلية بقطعةٍ من الأسيتات عليها علامتا التطابق تُقابلان تماماً علامتي تطابق الآلية. ولإبقاء الأسيتات في مكانها، فقد لُصقت على الآلية بشريط لاصق من أعلى على شكل مِفْصَلَة.

كان لون غُلالة الأسيتات الأولي أزرق (٣٠٠ بانتون). وقد مَيَّز فرخٌ من البارابيك الأحمر– ظهره لاصق لكي يلصق على الأسيتات– اللون الأزرق الكامل. (تذكر أن الأحمر أو الأسود يشيران إلى اللون الكامل.) وقد قُطع هذا الفرخ بمقاس أكبر من المطلوب، ثم حُرر إلى المقاس المطلوب بالمقطعة. وقُطعت حروف العنوان من الفلم الأحمر حتى أصبح ورق الرسم الأبيض ظاهرًا جليّاً من خلاله. أما الغلاف الخلفي (ظهر الغلاف الخارجي عند أهل المهنة) فقد كان فرخًا أحمر من البارابيك لأن الأزرق كان مصمتًا.

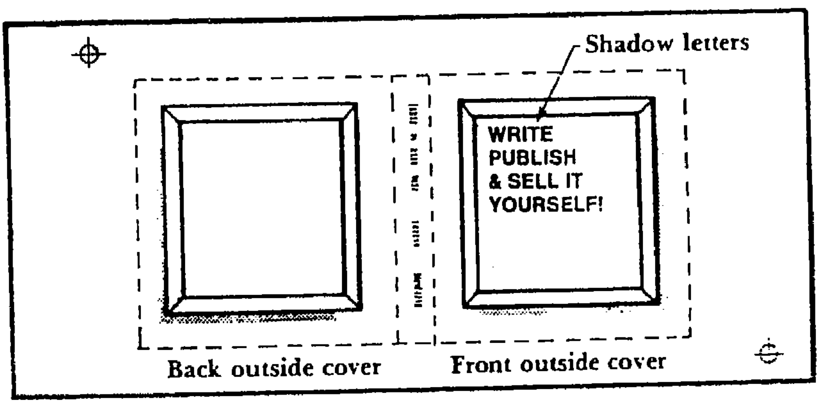
(★) النص الأجنبي.

وقد أمكن الحصول على الحروف البيضاء على الوجه والظهر بلصق معكوسة على فلم البـاراپيك. (سُوِّدت الحواف البيضـاء في المعكوسة حتى لاتظهر في التصوير).

وقد وُضعت غُلالةُ الأصفر (١١٥ پانتون)- مُيِّزت هي الأخرى بالپاراپيك الأحمر- فوق غُلالةِ الأزرق و آلية الأسود. وأُضيفت علامتا التطابق، ولصقت الغُلالة من أعلى على هيئة مِفْصَلة. وقُطعت حرو ف العنوان من الفلم الأحمر.

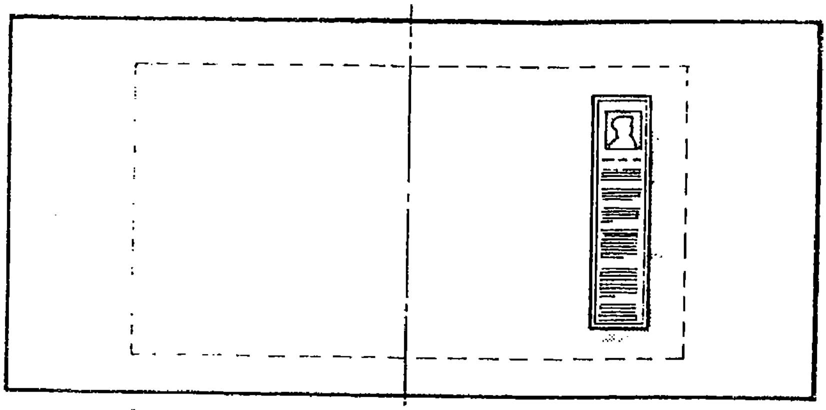
بالنسبة للحروف الصفراء على الغلاف الخلفي (الظهر)، أُعدَّت موجبةٌ فلمية. وقد طوبقت علامتا تطابق ثانويتان على آلية الغلاف الخلفي مع علامتي تطابق الموجبة الفلمية. وقد استخدَم الطبَّاع الموجبة الفلمية لكي يحرق من خلال الأزرق على اللوح الطباعي (تاركًا الحروفَ بيضاء)، ثم أحرق الحروف على لوح اللون الأصفر. النتيجة: حروف صفراء على خلفية زرقاء.

ولما كان الغلاف الداخلي الخلفي لايضم إلا حروفًا وظليةً سوداء، فلم نستخدم غلالات.



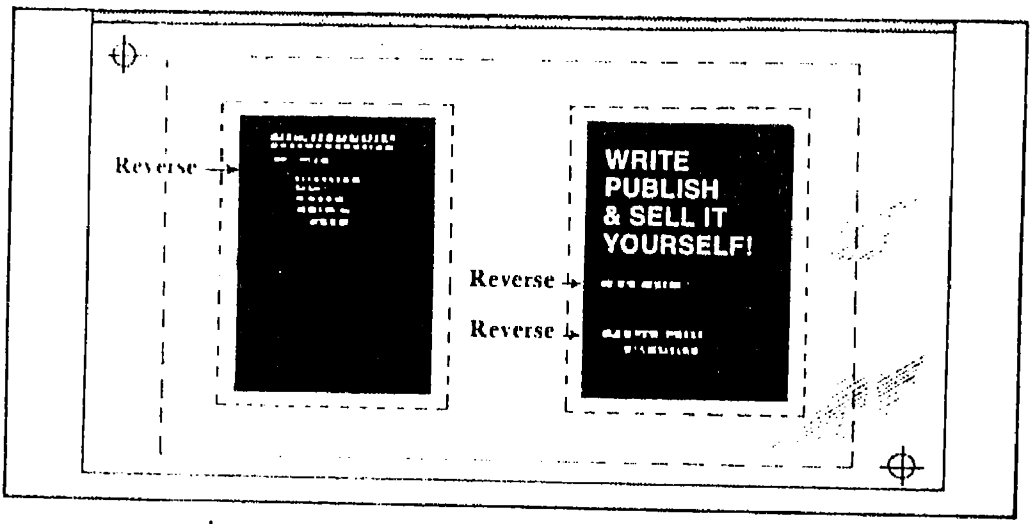
ظهر الغلاف الخارجي وجه الغلاف الخارجي

آلية عليها خطوط سوداء، وشبكة ظلال، وحروف العنوان سوداء

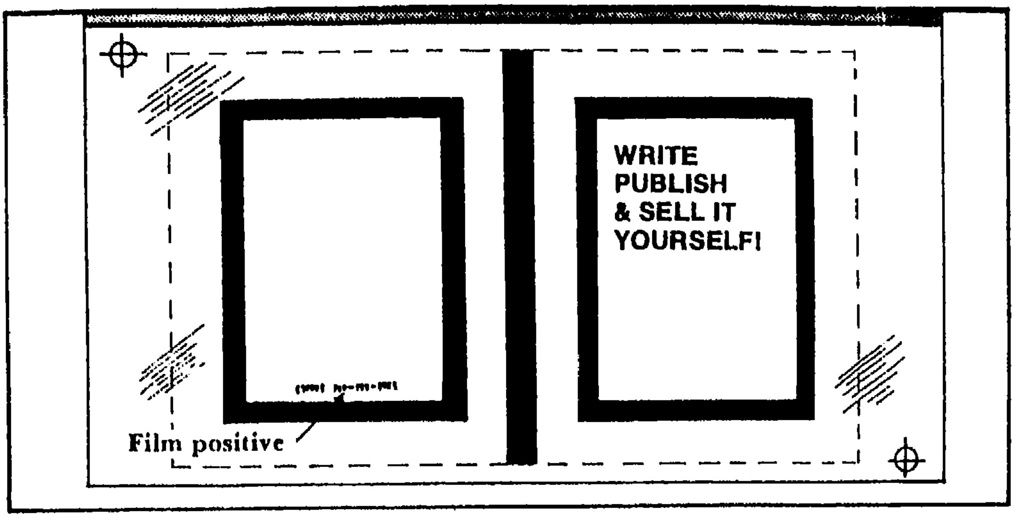


الغلاف الداخلي وقد لُصق عليه البرواز والحروف والظلّية

غلالات الغلاف



غلالة الأزرق وعليها الباراپيك تشير إلى اللون الكامل. قُطعت حروف العنوان ونزعت من الباراپيك. لُزقت المعكوسات على الباراپيك للحصول على حروف بيضاء (لاحظ علامتيْ التطابق).



غلالة الأصـفر وقد طُوبقت على غـلالة الأزرق. يشير الپـاراپيك إلى البرواز الأصـفر وإلى العنوان. الموجبة الفلميـة تُظهر الكلمات الصـفراء من الأزرق على الغلاف الخلفي.

الخطوة ٢٢ ابحث عن الطبّاع المناسب

الآن، وبعد أن فهمت مفردات لغة النشر، ابحث عن الطبَّاع المناسب لكتابك. إنه يمكنه أن يشرح لك كيف تنشره بأكبر قدرٍ من التوفير.

قُم بزيارة عددٍ من الطبَّاعين لتجمع تقديرات تكاليف نشر كتابك. أعط المعلومات التالية: حجم الكتاب، والعدد التقريبي للصفحات، ونوع الورق، وسطح الحرف، وحجم الفوصلة، وعرض العمود، والصور (ملونة؟) و/أو الرسوم.

الآن سيُفيدك تصوُّرك المبكر. اعرض على كل طباع أمثلة للحجم، والورق، وسطح الحرف والألوان، . . . إلخ، التي ترغب فيها. أحضر أي كتابٍ يحوي عناصر ترغب أن تضمنها. إذا كان ماتريده مُكلفًا للغاية، فاسأل عن اختياراتٍ أخرى ذات أسعارٍ مناسبةٍ. احصل على أكبر قدرٍ ممكن من المعلومات الدقيقة حتى يُمكنك أن تُخطط بدقة كيف سيكون شكل كتابك؟، وكم يكلفك ذلك؟.

أعط تقديرًا واقعيًا عن عدد النسخ التي تريد أن تطبعها. ليست هناك قاعدةٌ ثابتةٌ لعدد نسخ الطبعة الأولى، ربما بين ١٠٠٠ و ٢٠٠٠. يمكنك دومًا إعادة طبع كتابك إذا نفدت الكمية المطبوعة. (ستكلفك الطبعة الثانية أقل من الأولى لأن السالبات سيُعاد طبعها.) لاتدع الطبَّاع يحدد لك عدد النسخ التي تُطبع. وإذا قال لك إنه لايمكنه أن يطبع أقل من مليوني نسخة، فقد سلكت طريقًا خاطئةً في مكانٍ ما.

احصل على أسعار كتابٍ جاهزٍ للتصوير، وآخر يُعدُّه الطباع من أوَّله إلى آخره. الجاهز للتصوير يعني أنك ستقوم بعملية اللصق (أي ستُعد الملصوقة)، وستُحضِر الآلية إليه، ويقوم هو بعمل السالبات، وحرق الألواح الطباعية، وطبع كتابك. سيكون هناك فرقٌ ماديٌ بين التقديرين.

سَلْهُ كم سيتقاضى مُقابل صفٍّ حروف كتابك. أحضر نسخةً من الأصول معك

لكي يُقدِّر متوسط عدد الحروف في الصفحة وبالتالي يُقدِّر تكاليف صفِّ الصفحة.

تَخيَّر الطبَّاع الذي يُعطيك تقديرًا معقولاً، والذي يُعطيك من وَقتهِ ليجيب عن أسئلتك ويشرح طريقة العمل كاملة. هل هو راغبٌ في طبع كتابِك ومهتمٌ بالحصول على هذه العملية التجارية؟

انتبه جيدًا للطريقة التي يُعاملك بها؛ لأنك تريد شخصًا على استعدادٍ كي تُشاطره معلوماته. الطبَّاع المناسب يريك طريقة عمل الظلِّية، اللقطة الخطية، السالبة، واللوح الطباعي. يُمكنه أن يشرح لك على الطبيعة ماهو حتى الآن نظري. فإذا شرح لك كل شيءٍ تُريد أن تَعرفه، فقد وجدت الشخص المناسب.

حَدِّد نوعية الطبَّاع، بأن تطلب عيناتٍ من كتبٍ تُشبه كتابك. احصل على أسماء وعناوين مؤلفين آخرين طبعوا كتبهم لديه. اتصل بهم هاتفيّاً لتسأل عن أي أنواع الخدمة قدَّم إليهم. ستكتشف إذا ما كان الطبَّاع دومًا يؤدي عملاً طيبًا ويُنجزه في الوقت المحدد له. إن الطبَّاع الذي يَعِدُ بأن تكون الكتب جاهزةً في الأسبوع القادم ولكنك تستلمها بعد عام هو النوع الذي يجب أن تتجنَّبه.

قُم بزيارة الطبَّاعين صباح أيام الثلاثاء أو الأربعاء أو الخميس (وإياك أن تزورهم صباح الإثنين أو بعد ظهر الجمعة). إذا كانوا مشغولين جدّاً، حَدِّد مواعيد أخرى حتى يكون لديك متسعٌ من الوقت لتتحدث.

★★★

إن الذي يجيد اختلاق الأعذار، نادرا ما يصلح لغير ذلك

فرانكلين

الخطوة ٢٣ ابحث عن الصفّاف المناسب

إذا كان طبّاعك لن يقوم بصفِّ حروف كتابك، إذن فعليك أن تجد الصفّاف المناسب. وإذا لم يكن هناك شيءٌ آخر، فيكفيك أن نشرك لكتابك سيُتيح لك التعرف بأناسٍ جُدد.

تَخيَّر صفّافًا يُعطيك تقديرًا معقولاً، يُعطيك من وقته ليجيب عن أسئلتك، شخصًا تكون نوعيته والاعتماد عليه ممتازين.

ولكي تتلقى تقديرًا، اذكر سطح الحرف، وحجمه، والفوصلة، . . . إلخ، والمواصفات التي ترغبها. أحضر معك نسخةً من مخطوطتك النهائية لتحصل على سعرٍ يعتمد على متوسط عدد الحروف في الصفحة. إذا كان كتابُك يقع في ١٠٠ صفحة أو أكثر، فيُمكنك أن تحصل على نسبة خصم. (إذا كان السعر قريبًا من تقدير طبّاعك، فقد ترى أن تُسند إليه عمليتي الصفّ والطبع).

ناقش مقدمًا كيفية مُعاملة التصحيحات. إذا عمل الصفّاف أخطاءً، فليس عليك أن تدفع شيئًا مقابل تصحيحها. اسأل كم تُكلف تعديلات المؤلف تَحسّبًا لما قد تُجري من تعديلات.

وأخيرًا، حَدّد كم ستستغرق من وقتٍ عمليةُ الصف. أنت تعرف ماذا ستفعل إذا كان الجواب «بكل تأكيد في السنة الكبيسة القادمة».

عليك بإعداد قائمة بمُواصفات صفّ كتابك على النحو التالي:

١ . سطح الحرف، ووزنه، و/أو شكله: ....

٢ . حجم (أحجام) الحرف: ....

٣ . الفوصلة: ....

٤ . عرض العمود: ....

٥ . نوع العمود (أطوال الأسطر موحدة، . .): ....

٦ . أية معلومات أخرى: ....

الخطوة ٢٤ التجارب اللوحية وتجارب الصفحات

ستستلم من صفّاف كتابك أو طبأّعه تجاربَ لوحيةٍ(★) لمخطوطتك. ومن المهم أن تُصححها من الأخطاء المطبعية، علامات الترقيم، الحروف المكسورة، الكلمات الناقصة، شكل الحرف، . . . إلخ. لاتُعَوِّل على الصفّاف أو الطبّاع في اكتشاف جميع الأخطاء. وباستخدام علامات التصحيح، عليك أن تُشير إلى أية أخطاءٍ مباشرةٍ على التجارب اللوحية بقلم ذي سنٍ لبّادية حبُره أزرق غير قابل للطبع. إنك بأدائك لذلك، فإنك لاتُرى الصفّاف ماذا يصحح فحسب، بل يُذكرك أيضًا لتدقق التصحيحات قبل أن تأخذ كتابك إلى الطبّاع. (أدرج أيضًا على التجارب سطح الحرف، وحجمه، . . . إلخ، حتى يعرف الصفّاف أو الطبّاع كيف يصف التصحيحات).

إذا كانت لديك تنقيحاتٌ، عليك أن تُجريها على التجارب اللوحية. ستكلفك هذه التنقيحات أكثر، ولكنها- أي التكلفة- لن تكون أكثر مما لو انتظرت حتى تُصبح التجارب اللوحية تَجارب صفحات. وإذا ما اعتمدت التجارب، فلن يكون الصفّاف مسئولاً بعد ذلك عن أية أخطاءٍ تكون قد أخفقت في اكتشافها. وإذا أجريت تغييراتٍ بعد ذلك، فإنك سوف تتحمل بمايُعرف بـ«تعديلات المؤلف».

بعد ذلك، سيُحوِّل الطباع تجاربك اللوحية إلى تجارب صفحات. إنها تشبه صفحاتك المطبوعة تمامًا متضمنة الرسوم والصور الفوتوغرافية. وتكون هذه هي المرة الأخيرة التي يُمكنك أن تجري أية تعديلات، فعليك أن تُدقق هذه التجارب بعناية فائقة.

وفِّر على نفسك تكاليف لاداعي لها بتدارك جميع الأخطاء في أول مرة- أي في التجربة اللوحية. ويُساوى مُراجع (أو مُراجِعة) تجارب الطبع الجيد وزنه ذهبًا- حتى ولو كان ذلك بأسعار وقتنا الحاضر.

(★) يُطلق أهل المهنة على التجارب اللوحية اصطلاح «تجارب السُلخ».

الخطوة ٢٥ لصق كتابك

ابدأ لصق كتابك بعد استلامك للتجارب اللوحية المصححة. اطلب إلى الصفّاف أو الطبّاع أن يُشمِّع ظهرها لك. تفحص جميع التصحيحات لتتأكد من أنها من سطح الحرف نفسه وحجمه.

أفضل طريقة للصق هي أن تلصق كلَّ صفحةٍ على حدةٍ. (إن لصق كلِّ صفحةٍ على حدةٍ يُجنبك القلق على ملزمةٍ من ٨ أو ١٦ صفحةً.) حاول أن تُكمل كلَّ صفحةٍ وأنت مستمرٌّ في العمل، مُثبتًا المتن، والظليَّات، واللقطات الخطية، والتعليقات على الأشكال، وأرقام الصفحات، والتصحيحات. غالبًا ماتحدثُ الأخطاء عندما تترك فراغاتٍ «لتملأها فيمابعد».

استخدم أفرخ إخراج طباعي (توضيبٍ) مفردةٍ من الورق الأبيض العادي الخفيف (٦٧جم) مقطوعةً إلى مقاس كتابك. وبالنسبة لأفرخ هذا الكتاب، فقد طبعت أفرخ إخراج طباعي (توضيب) رئيسة (ماستر) زوجية وفردية في محل عادي للطبع السريع. أما إذا أردت أفرخَ توضيب مطبوعةً مسبقًا، فعليك أن تعرف أولاً متطلبات صفحةِ الطبّاع. فعلى سبيل المثال، لكون تجليد هذا الكتاب من نوع «البشر»، لذا فقد تركت مسافة ٣/١٦ً في هامش كعب كلِّ صفحةٍ من أجل التجليد ومثلَها خارج كلِّ صفحةٍ من أجل القابض(★) (البنسة بلغة أهل المهنة).

والتجليد البشر هو طريقةٌ لجعل صفحات كتابٍ ما متماسكةً مع بعضها البعض، دون تدبيسٍ بالسلك أو خياطةٍ. فبعد طَيِّ الأفرخ إلى ملازم وتكعيبها(★★)، تُقص كعوب (هوامش كعوب) الملازم. بعد ذلك تُخَشَّن الحواف المقطوعة لإحداث سطحٍ

(★) المترجم: في مكنات الطبع الأوفست التي تطبع الأفرخ، توجد أصابع تعمل آلياً لتقبض على طرف الفرخ لتنقله إلى حيث يبدأ الطبع.

(★★) المترجم: التكعيب هو طبع علامات سوداء على شكل دوائر مُفرَّغة بكل منها رقم الملزمة، تتدرج على كعوب الملازم وتُيسر مراجعتها والتأكد من تمام عددها وسلامة تتابعها.

ذي ألياف متمازجةٍ، يُضاف إليه غراء البلاستيك. عادةً ما تنتهي عمليةُ تجليد الكتب بغلافٍ إزاري.

ضع العناوين والمتن بطريقةٍ موحدةٍ في الكتاب كله. ابدأ العناوين الجارية (الترويسات) على بُعد مسافةٍ معينةٍ من أعلى الصفحة في كلِّ مرةٍ، واعمل على أن ينتهي المتن في المكان نفسه من كلِّ صفحةٍ (ما أمكن ذلك). يجب أن تكون جميع التعليقات على الصور الفوتوغرافية والرسوم التوضيحية من سطح الحرف نفسه والحجم، وابدأهم من المكان نفسه في كلِّ مرة (اجعلها تبدأ تحت الحافة اليسرى(★) من كلِّ ظليّةٍو على سبيل المثال). ضع جميع أرقام الصفحات في الموقع نفسه. عليك بتحديد هذه الأماكن مُسبقًا، حتى يخرج العمل موحدًا.

ارسم جميع الخطوط الأفقية بمسطرة تائيةٍ حتى تضمن استقامتها. استخدم المثلث في رسم خطوط الأعمدة الرأسية. تأكد من أن التصحيحات على استقامةٍ واحدةٍ. تذكَّر أن تجعل خطوط قواعد الحروف على استقامةٍ واحدةٍ، وليس على استقامةِ الحافةِ المقطوعةِ من الملصوقة. احرص على أن يكون الفحصُ بأدواتك؛ إياك أن تكتفي بعينيك.

احتفظ دومًا بقصاصاتِ اللصق حتى تنتهي من كتابك. إذا ما فقدت تصحيحًا أو رقم صفحةٍ، فإنه على الأقل في مكان ما من غرفتك، ويُمكنك أن تجده.

تَجنَّب المقاطعات أثناء وقت اللصق، إذ من المهم أن ينصرف تركيزُك على ما تؤديه من عمل.

يجب أن تُفكر بطريقةٍ متعددةِ القنوات وأنت تقوم بعملية اللصق. قناتُك الأساسية الكتابُ بأكمله، القناةُ الثانوية كلُّ صفحةٍ، قناةُ الدرجة الثالثة هي أجزاء كل صفحةٍ.

اعمل قائمة بأجزاء كتابك حتى يمكنك أن تتفحص موادها عند الانتهاء منها.

(★) في المتون الإفرنجية، أما في المتون العربية فاجعلها على الحافة اليمنى من كل ظلية.

ولعل قائمة فحصك تأخذ الشكل التالي:

١. أرقام الصفحات: صُفْ؟ ____ ضَعْ؟ ____

٢. الترويســـات: ____ ____

٣. المـــــــتن: ____ ____

٤. تعليقات الصور: ____ ____

٥. الظليات/ اللقطات الخطية: ____ ____

٦. التصحيحات: ____ ____

٧. شريط البرواز المطلوب؟

٨. مساحاتٌ بيضاءُ متروكةٌ؟

٩. جميعُ الصفحات أُخذت في الحسبان؟

١٠ أيةُ مساحاتٍ مطلوبٌ استكمالها؟

أدرج جميع أسطح الحروف المستخدمة وأحجامها. فإذا رغبت في إعادة صفِّ كلمةٍ أو سطر أو فقرة فإنك ستجد هذه المعلومات بسهولة.

اللصق عمليةٌ مجهدة. خُذ مدد راحة متعددة، ولا تُعاود العمل إلا بعد أن تسترد أنفاسك. غالبًا ما تَحدُث الأخطاء عندما تكون مُنهَكًا.

تَوجه بأية أسئلةٍ تَعِنُّ لك إلى الطبّاع الذي تتعامل معه أثناء عملية اللصق. وإذا ما شارفت على الانتهاء من عملية اللصق، ضَع تاريخ الطبع على أن يكون خلال أسبوعين أو ثلاثة على الأكثر.

وعندما تنتهي من عملية اللصق، اقرأ آلياتك بعنايةٍ فائقة. تأكد من أن جميع الفقرات في تسلسُلها الصحيح، وأن جميع تعليقات الأشكال كلٌّ منها تحت صورته

الفوتوغرافية أو الرسم التوضيحي الخاص به. هل جميع الصور الفوتوغرافية في وضعها الصحيح؟ هل جميع أرقام الصفحات متسلسلة؟.

بعد ذلك، ضع فرخًا من الورق الأبيض النظيف فوق كل صفحة، ثم سَوِّ بمِدحاة مطاطية جيئةً وذهابًا لتحمي الآلية. (إذا ضغطت مباشرة على الملصوقة، فقد تعلق بعض التصحيحات الصغيرة بالمِدحاة).

دع آلياتك بعيدًا عنك لمدة أسبوع، ثم أعد قراءتها مرة أخرى. تأكد من أنها خُلْوٌ من أي شَعْرٍ، أو بُقَعٍ، أو مُلطخاتٍ. (إنها ستظهر في التصوير سوداء.) إذا وجدت أيَّ وسخ، نظفه بقطعةٍ من القماش أو اكشُطه بمِكشطة الرسم.

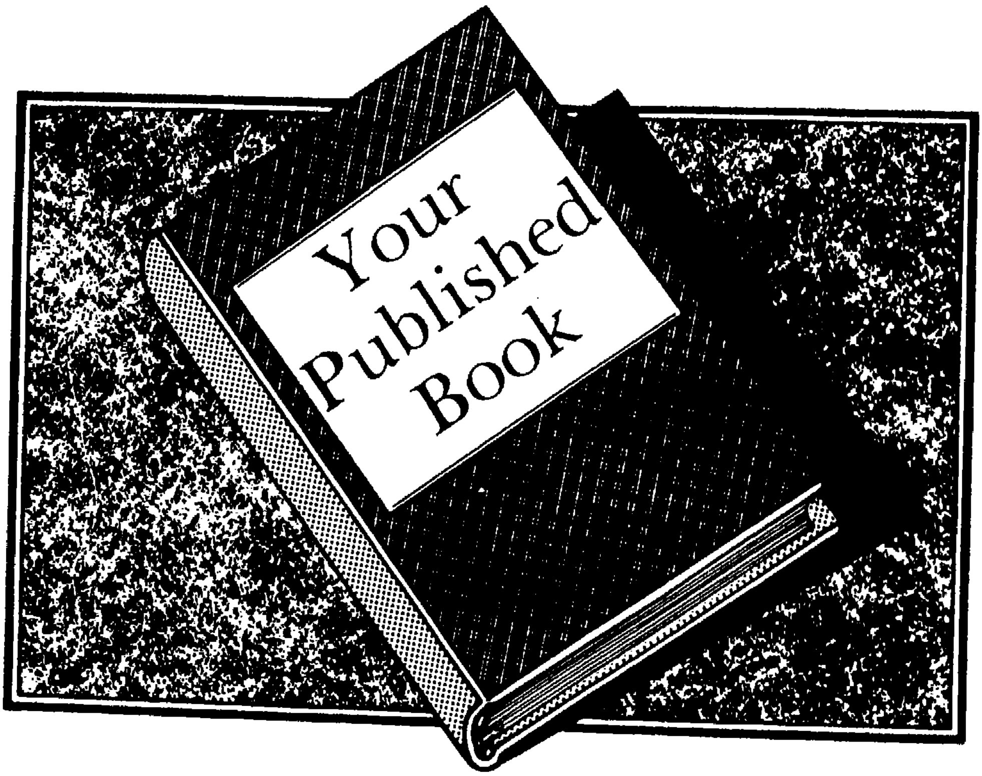
اعمل على أن تبلغَ حدَّ الكمال، خُذ وقتًا إضافيًا حتى تتأكد أن كتابَك هو تمامًا كما تريد. عندما يتأكد لديك أنه لن يكون أحسن من ذلك، فقد انتهيت من كتابك.

ولكي تأخذ آلياتِك إلى الطبَّاع، ضعها في صندوق مُغلَّقةً بعنايةٍ. ضع اسمك وعنوانك ورقم هاتفك.

الخطوة ٢٦ كتابك المنشور

لقد بدأت تفكر في كتابِك منذ وقتٍ طويلٍ مضى. ساعتها كان هدفًا بعيد المنال، إنه الآنَ حقيقةٌ واقعةٌ.

أجمل تهنئةٍ على عمل أحسنت إنجازَه. إذا انتابتك رغبةٌ في أن تنزل إلى الطريق العام وتصيح في الناسَ أن ينظروا إلى كتابِك، فهيا افعل ولاتتردد. إن نَشْرَ إنسانٍ لكتابه لخبرةٌ ثمينةٌ لا يَملكها إلا القليل.



كتابك المنشور

أنت تعرف

ماذا ستفعل الآن ؟

البيع

الخطوة ١ أرسل كتابك إلى ...

بعد أن ينتهي طبع كتابك، أرسل نُسخًا إلى:

١. مُسجِّل حقوق الطبع(١)، مكتبة الكونجرس، واشنطون دي سي ٢٠٥٥٩، الولايات المتحدة الأمريكية. أرسل إليه استمارة TX، وشيكًا بمبلغ ١٠ دولارات أمريكية، ونسختين من الكتاب. أعط لكتابك الحماية بأسرع مايمكن.

٢. مكتبة الكونجرس(٢)، قسم فهرسة المواد المنشورة، واشنطون دي سي ٢٠٥٤٠، الولايات المتحدة الأمريكية. أرسل نسخةً واحدةً إذا كان قد سبق وأن خُصِّص لك رقم بطاقة فهرسة.

٣. شركة ويلسون(٣)، ٩٥٠ شارع الجامعة، برونكس، نيويورك ١٠٤٥٢، الولايات المتحدة الأمريكية. أرسل نسخةً لإمكانية إدراجها في الفهرس التجميعي للكتب *"Cumulative Book Index"*. عليك أن تَمُدَّهم بالبيانات التالية: اسم المؤلف، العنوان، الموضوع، عدد الصفحات، تاريخ النشر، نوع التجليد، السعر، والعنوان الذي يُطلب منه كتابُك.

٤. مجلة المكتبة *"Library Journal"*(٤)، ١١٨٠ شارع الأمريكتين، نيويورك، نيويورك ١٠٠٣٦. إذا رأيت أن المكتبات قد تشتري كتابك، فأرسل نسخةً من كتابك إلى هذه المجلة.

---

(١) Register of copyrights, Library of Congress, Washington D.C. 20559, USA

(٢) Library of Congress, Cataloging in Publications Division, Washington D.C. 20540, USA

(٣) H.W. Wilson Company, 950 University Avenue, Bronx, New York 10452, USA

(٤) Library Journal, 1180 Avenue of the Americas, New York, New York 10036, USA.

من ناحيةٍ ثانيةٍ، سل صديقك المكتبي عن المطبوعات التي يستهدي بها في شراء الكتب، ثم اكتب إليهم وأرفق بخطابك نسخةً من كتابك. وإذا كان هذا الصديق- أي المكتبي- قد قدَّم لك يد المساعدة منذ البداية، فأعطه نسخةً عليها إهداءٌ بخطِّك وتوقيعك. إنه سيُقدِّر لك ذلك حق قدره، إضافةً إلى أنه يستحقها.

الخطوة ٢ البيع بالطلب البريدي

في عام ١٩٧٨م، اشترى الأمريكيون سلعًا بمايساوي ٢٢ بليون دولار أمريكيّ عن طريق البريد، أي حوالي ٢٠٪ من إجمالي مبيعات التجارة العامة. إن مبيعات كتالوج الطلبات البريدية(★) تعدّ أكبر ثورةٍ في تاريخ التسويق. إنك ستتعلم الآن أسس هذه الصناعة المُربحة.

يوفر الطلب البريديّ الفوائد التالية:

١. اليُسر

ليس على الناس لكي يتسوقوا أن يقودوا سياراتهم عبر المدينة، وأن يصارعوا الزحام والباعة الذين لايبالون بالمُشتري، إذ يمكنهم أن يبقوا في مساكنهم، وأن يطلبوا ماشاء لهم في أي وقتٍ، ليلاً أو نهارًا. ستصلهم السلع المطلوبة حتى أبواب منازلهم.

٢. المتُاحية

هناك أصنافٌ يُمكن شراؤها عن طريق البريد لاتكون متاحةً- بغير هذه الطريقة- إلا لسكان الأحياء الراقية بالعواصم الكبيرة.

٣. السرِّيَّة

ليس من أحد سوى المشتري وشركة الطلبات البريدية يعرف ما قد بيع. والشركة عادة ماتكون بعيدة، ومن ثم تكون فرصة التقاء المشتري بالبائع ضئيلة جداً. كثيرٌ من الناس، وخاصةً في المدن الصغيرة، يشترون أشياء عن طريق البريد لم يكونوا ليشتروها بذواتهم بأية حالٍ من الأحوال.

٤. الأمن

يخشى كثيرٌ من الناس أن يتركوا مساكنهم ليتسوقوا. عن طريق الطلبات البريديَّة، ينتقل «المحل» إليهم.

(★) المترجم: الطلب البريدي يقصد به طلب شراء السلع عن طريق البريد، ويستخدم بكثرة في الولايات المتحدة.

٥. التكلفة

أضف سعر الوقود، أجرة الحافلة أو التاكسي، رسوم الانتظار، ضرائب المبيعات، ثم تناوُلُ الطعام في الخارج إلى ثمن السلعة المشتراة. شراء السلعة نفسها عن طريق البريد يوفر لك نقودك.

٦. التفرد

كثير من الناس ممن هم في مثل حالتك، ليس لديهم غير سلعةٍ واحدةٍ أو قلةٍ من السلع، يبيعونها ضمنًا عن طريق الطلبات البريديَّة.

في هذا القسم، سوف تتعلم كيف تقيم مشروع طلب بريديّ مُرْبِح، خطوةً خطوة. ومع ذلك، فلن يتحقق النجاح بين عشيةٍ وضحاها إلا من شيءٍ تكون قد اكتسبته قبلاً من نشرك لكتابك- صبرًا.

ابدأ في التعرف على الطلبات البريدية بالاحتفاظ بجميع الكتالوجات، «والإعلانات البريديَّة» الأخرى التي تصلك: انتبه جيدًا إلى الإعلانات المُبوبة والإعلانات البارزة في المجلات التي تُزوِّد بالكتب- مثل:

The Writer, Writer's Digest, Mother Earth News, The New York Review of Books,... etc.

فسرعان ما ستتعلم كيف تحللها.



ناشر/ مؤلف ناشئ/ متعهد يسحب الدولارات من صندوق البريد.

الخطوة ٣ تجهيزات الطلبات البريدية

الآن تُصبح صومعتُك المقر الرئيسي للطلبات البريدية. في هذا المشروع التجاري، سيكون اتصالك بالعملاء أساساً عن طريق الكلمة المكتوبة، وعن طريق الهاتف بصفة ثانوية. (لذا، فإن مظهر مكتبك ليست له أهمية.) وتُمثل هاتان الوسيلتان من وسائل الاتصال صورتك، وتترك أثرًا على عميلك، الذي لايرى غير كتابك إضافةً إلى خطاباتك الرسمية، ظروفك، فواتيرك، طابعك البريدي، ظروف الشحن، وقصاصات التغليف.

وبما أنك قد عرفت مسبقًا الطباعة واللصق، يُمكنك (أو شخص آخر تحت إشرافك) أن تُصممّ أوراقًا مكتبيةً متميزةً، وظروفًا، ... إلخ، عليها اسمك النشري وعنوانك. اطبع منها على الأقل ٢٥٠ فرخا مقاس ٨,٥×١١ ومايقابلها عددًا من الظروف مطبوعة جميعها على ورقٍ جيّد. تخيّر اللون الأبيض ولونا آخر رقيقًا.

عليك أن تُقرر إما أن يكون عنوانك التجاري على صندوق بريد أو على شارع مقر المشروع. يقول بعض خبراء الطلبات البريدية أن صندوق البريد يجتذب طلباتٍ أكثر من عنوان الشارع. ومن ناحية أخرى، يبدو الأخير - أي عنوانُ الشارع - وكأنه عنوان شخصيّ ودائم. عليك أن تختار العنوان الذي تراه مأمونًا، وأقصى مايناسبك.

الخطوة ٤ تسعير كتابك

بادئ ذي بدء، عليك أن تَحسِب كم كلفتك كل نسخة من نسخ كتابك، متضمنة صفَّ الحروف، والطباعة، وأية مصاريف أخرى تكون قد تحملتها. بعد ذلك، خذ فكرة عن أسعار الكتب التي تُماثل كتابك وذلك من خلال زياراتك للمكتبات (محلات بيع الكتب)، ومن خلال قراءتك لإعلانات مجلات الطلبات البريدية. حَدِّد لكتابك سعراً منافساً، وفي الوقت نفسه يُحقق لك ربحاً مجزياً.

في الطلبات البريدية، يُمكنك أن تدرس الأسعار المتباينة في بادئ الأمر حتى تجد السعر الذي يجذب أكبر عددٍ من الطلبات بصفةٍ ثابتةٍ. اجعل منه سعراً لكتابك.

وتتراوح أسعار الكتب التي تُباع عن طريق البريد بين ٥ و ٢٠ دولاراً أمريكياً. هل ستُحدد لكتابك سعراً مساوياً أم أقل قليلاً؟؛ يرى بعضُ الخبراء أن السعر ١٤,٩٥ دولار يبدو أرخص من ١٥ دولاراً. بينما يرى البعض الآخر أنه كلما كان الرقم أبسط كلما كان ذلك أفضل؛ لأن المشتري يُمكنه أن يضيف أرقاماً صحيحةً بطريقةٍ سهلةٍ إذا مارغب في طلب أكثر من كتابٍ. أنت الذي ستُقرر أيهما أفضل، ولكن لاتضع لكتابك سعراً شاذاً مثل ١٥,٢٧ دولار.

الخطوة ٥ بيع كتابك

بعد أن تكون قد حَدَّدت السعر، عليك أن تُقرر «كيف تريد أن تُسوّق كتابك». فبإمكانك أن:

١. يكون لك موزع يبيعه لك.

٢. تتفق مع سلسلة مكتبات لتبيعه لك.

٣. تتولى بنفسك عملية الطلبات البريدية.

٤. تقوم بنفسك بجميع الأعمال السابقة.

نظراً لكون عملية وصول الطلبات بالبريد تستغرق بعض الوقت، فقد ترغب في أن تجد لنفسك موزعين أو سلاسل مكتبات لتبيع كتابك. إن عملك هذا قد يُوفر لك بعضاً من رأس المال اللازم لتمويل برنامج الطلبات البريدية، وسيُتيح لك معرفة مدى رواج بيع كتابك. ومع ذلك، فهناك عائقٌ واحدٌ هو أن عليك أن تتقاسم الأرباح مع البائع.

إذا اتفقت مع موزعٍ، فعليك أن تضيف إلى حساباتك النقاط التالية:

١. أنت الجانب الذي يتحمل تكاليف الطباعة، وتكاليف شحن النسخ إليه.

٢. أنه لايعمل إلا كوكيلٍ يبيع نسخَ كتابك، وأنه ليس مشترياً لها.

٣. نظراً لأن نسخَ كتابك ستُخزَّن في مستودعه، فإنه يكون مسئولاً عن الحرائق، والسرقات، . . . إلخ، ولكن ليس عن القضاء والقدر. وإذا حدث وأن أتى حريقٌ على مخزنه، فإنك ستُعوَّض عن تكاليف الاستبدال، والتي تعني تكاليف طباعة وشحن كل نسخة.

٤. يحتفظ الموزع لنفسه بـ ٤٠ - ٥٠٪ من سعر بيع كل نسخة.

٥. قد يختلف الجدول الزمني لاستلامك لنصيبك من شهرياً إلى مرتين في العام.

٦. عادة مايُحتجز رسم احتجاز (حتى ٢٥٪ من إجمالي المبيعات) لمدة عام لتغطية النسخ التي قد تُعيدها المحلات.

٧. إذا لم يتيسر، بعد مدة معقولة (حوالي السنة)، أن تُباع نسخ كتابك فإن عليك أن تتحمل تكاليف إعادة الشحن إذا ما رُغبت في إعادتها.

ابحث عن عناوين موزعي الكتب والمكاتب الرئيسة لسلاسل المكتبات في المكتبة التي تتعامل معها. ابدأ بالبحث في: *American Literary Market Place* و*Book Trade Directory*.

اكتب خطاب عمل، مستخدما أوراقك المكتبية، إلى بعض منهم، مقترحا عليهم أن يبيعوا كتابك.

بعه بكل الطرق المتاحة لك.

الخطوة ٦ دعاية مجانية

نظرًا لأن تأليف كتابٍ ونشرَه حدثٌ له أهميته من الناحية الإخبارية، إذن فماعليك إلا أن تستفيد من هذه الفرصة وأن تحصل على دعايةٍ مجانيةٍ.

ليكن ذلك على مهل، خطوةً خطوةً، بادئًا بصعيدك المحلي، ومنتقلاً بالتدريج إلى الصعيد الخارجي حتى تبلغ المستوى القومي.

حاول أولاً مع صحيفتك المحلية:

١. اتصل بالمراسل الصحفي الذي يُغطي منطقتك، أو المحرر الذي يختص بالكتابة عن الكتب. تحتاج الصحف دومًا إلى كمّ من الأخبار والمعلومات يوميًا- استخدم هذا الاحتياج في مصلحتك.

٢. حدد موعدًا لمقابلةٍ صحفية، ويُفضل أن يكون في منزلك لأنه أهدأ من صالة الأخبار بالجريدة. إضافةً إلى أنك ستشعر براحةٍ أكثر وأنت في بيتك.

٣. احرص في هذه المقابلة على أن تكون أنيق الملبس، وكن يقظًا حاضرَ الذهن متأهبًا للرد (إذا كانت المقابلة في صالة الأخبار):

(أ) احضر معك نسخةً من كتابك، وأية مواد أخرى ذات علاقة. كن مستعدًا بأن تحسب سلفًا حسابًا لكل زاوية قد تُثار وتُناقش.

(ب) في بداية المقابلة، حاول أن تُوجد أرضية مشتركةً مع المراسل (اهتماماتٍ مشتركة، أصدقاء، . . . إلخ).

(جـ) إذا اتخذت المقابلة اتجاهًا غير ودي أو ليس فيه إعجابٌ أو إطراءٌ (سواء بالنسبة لك أو بالنسبة لكتابك)، فغيرٌ اتجاه الحديث حتى تُتاح لك مقابلةٌ أخرى تكون الأمور فيها لصالحك.

(د) المراسل الصحفي الجيِّد هو الذي يترك لك دِفّة الحديث، كن متحمسًا لكتابك إذا لم تكن كذلك، فمن ذا الذي سيكون؟

(هـ) كن ودودًا، لاتصرخ، أو تلجأ إلى السّب، أو الجدال، أو التخويف.

(و) اطلب إلى المراسل أن يُضمّن قصته العنوان الذي يمكن لقرائه أن يطلبوا منه الكتاب. أضف مفتاحا (رقماً إضافيًا أو حرفا) إلى عنوانك الشارعيّ أو صندوقك البريديّ حتى تعرف حجم الاستجابات التي تحصل عليها من هذا المقال.

بعد ذلك، اذهب إلى جرائد أخرى محلية. بعد المقابلة الأولى، ستكون المقابلات التالية أسهل وأيسر.

لكل مراسل صحفيّ رؤيته الخاصة التي يُعالج بها موضوعاته التي تختلف من مراسل لآخر، ورغم أنهم جميعا ينهجون المنهج نفسه، إلا أن لكلّ منهم نظرته المتميزة التي ينظر بها إلى قصتك. والأمر كذلك، عليك أن تُوجّه مسار الحديث إلى نقاط عن نفسك وعن كتابك تثير اهتمام القراء.

احرص على أن تُلتقط صورٌ لك ولكتابك في كل مقابلة صحفية. في حالة عدم وجود مُصور، احضر معك صورا أبيض وأسود مقاس ٨×١١ مطبوعة على ورق لماع. تجعل الصورة، التي تنشر عادة بعرض عمودين أو ثلاثة أعمدة، مقالك أكثر لفتا للأنظار.

أرسل خطابات شكر إلى المراسلين الذين يكتبون مقالات جيدة. وقد ترى أن تُرفق بها نسخا من كتابك أيضا. ونظرا لأن الصحفيين نادرا مايتلقون شكرا على عمل أدوه جيدا فإنهم سيذكرونك دوما.

بعد عدة مقابلات، حلّل كلاً منها، وأعد قصة شاملة جيدة ولاحظ أيضا أفضل الأوضاع لصورتك، واستخدم هذا الوضع في صورك القادمة.

الآن، وبعد أن اكتسبت خبرة المقابلة الصحفية، وعرفت أكثر مايثير الاهتمام عنك وعن كتابك، فاكتب طالبا تحديد مواعيد مع الصحف الكبيرة في ولايتك ومناطق إقليمك (دوما خطوة خطوة).

ولكي تصل إلى القارئ على المستوى القومي، قم بزيارة أقرب مكتب لوكالة الأنباء في منطقتك، تاركًا صورتك وقصتك (مكتوبة بقلمك أو بقلم أحد المراسلين).

إن «عُمر» المقالات الصحفية يتراوح بين يومين وخمسة أيام، ثم يُنسى بعد ذلك. من ناحية أخرى، فإن «عُمر» المقالات الخاصة في المجلات لايقل عن شهرٍ. بل إن بعض القراء يحتفظون بهذه المجلات لسنواتٍ طويلةٍ.

عليك أن تُدبر مقابلاتٍ مع المجلات، مستخدمًا الخطوات نفسها التي رُسمت للصحف. توقع أن يكونوا أكثر عمقًا.

اسأل محررًا من محرري العدد الأسبوعي في صحيفتك المحلية إذا ماكانت قصتُك قد أعجبته. هل يُمكن لمجلات محلية أو إقليمية أخرى أن تنشرها؟

ادرس المجلات القومية، وبخاصة تلك التي تميل نحو القوى الشرائية المحتملة لكتابك هل تُناسب قصتُك أيًا منها؟ (لكي تُقرر ذلك، عليك أن تقرأ على الأقل أربعة أعداد.) إذا كانت تناسب، إذن:

١. اكتب إلى عدة محررين عارضًا مقالاً مجانيًا عن كتابك- إن المقابل المادي الذي ستحصل عليه سيكون فرصةً لذكر العنوان الذي يُمكن للقراء أن يطلبوه منه.

٢. أو اسأل المحررين إذا ماكانوا يرغبون في أن يقدموا عرضًا لكتابِك في مجلاتهم.

٣. أو اتصل بكُتّاب هيئة المجلة لإعداد مقالات عن كتابك.

٤. أو ابحث عن كاتب غير متفرغ لكي يُعد مقالاً للمجلة.

٥. أو اشتر مساحة إعلانية، بعد ذلك، يخضع الأمر لسياسة المحررين، إما أن يشير إلى كتابك أو أن ينشر مقالك.

هناك طريقةٌ أخرى لتعرض كتابك هي من خلال برنامج «الإعلان بالاستعلام»(★). أرسل خطابًا مفسرًا، ونسخةً من كتابك، وثلاثة مراجع تجارية إلى محطات الإذاعة والتلفزيون، سائلاً عن الوقت غير المُباع. إذا كان هناك بعضٌ منه، ستضع المحطات إعلانك بدون مقابل ولكنها ستأخذ عمولة (٣٣-٥٠٪) عن كل كتابٍ يباع من خلالهم.

هل تيقنت من أن برامج الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية تحتاج إلى مشاركين؟ ابدأ في الإصغاء إلى البرامج المتنوعة حتى تعرف المضيفين وتُلِمَّ بتكوينهم.

حاول أن تُعقَد معك مقابلةٌ إذاعيةٌ أولاً بأن تجد صديقًا (وكيلاً) يكتب خطاب عمل يُعرِّف بك، وبكتابك، وبالأسباب التي تجعل منه مادة تثير اهتمام المستمعين. (اعتاد رجال الإعلام أن يكون تعاملهم من خلال طرفٍ ثالثٍ أو وكيلٍ.)

عندما يحين وقتُ المقابلة، اجعل أحدًا من ذويك يُسجلها على شريطٍ حتى يُمكنك أن تسمع كيف كنت تبدو. تعلَّم أن تتحدَّث بإيجازٍ وكأنك تكتب.

بعد أن تُجري مقابلة إذاعية أو مقابلتين، شاهد برامج التلفزيون المحتملة ملاحظًا المُضيفين، أي نوعٍ من الرجال يُقابلون، وأيُّ الموضوعات يُناقشون، كيف يرتدي الناس ملابسهم؟ بعد ذلك، حاول بخطابٍ من الطرف الثالث نفسه، أن تُرتب مقابلات.

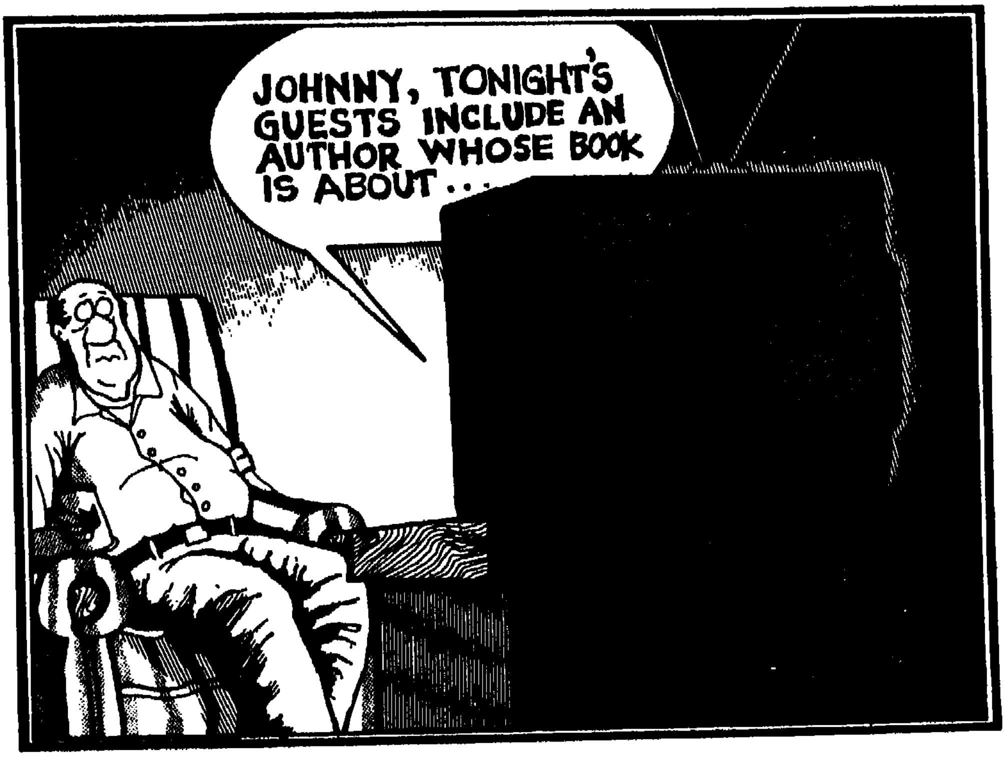
وعندما تحظى بمقابلة، اجعل شخصًا ما يسجلها على شريط ڤديو حتى يُمكنك أن تُحللها. من يدري؟ إذا أمكن لك أن تُجرى مقابلةً مثيرةً، فقد ترى أن تُحاول أن تظهر في أحد برامج التلفزيون القومي.

(★) P.I. Advertising.

ترغب محطات الإذاعة العامة والتلفزيون العام القوميين؛ بل وتحتاج إلى مشاركة المستمعين والمشاهدين. جَرِّب حظك معهم أيضًا.

لاتنس أن تعطي محاضراتٍ، وتعقد ندوات، وتلقي خطبًا، أو تُدرِّس عن موضوعك. احصل على الدعاية والخبرة بأية وسيلة ممكنة.

جوني، من بين ضيوفنا الليلة مؤلفٌ كتابُه عن . . .



مؤلف ناشئ/ ناشر/ متعهد اتبع خطوات الدعاية.

الخطوة ٧ فن كتابة الإعلان

يجب أن تتعلم كيفية كتابة أصل الإعلان لتبيع كتابك عن طريق البريد.

إن فن كتابة الإعلان يُمكن تحليله إلى معادلة واحدة بسيطة:

ا ا ر ت (انتباه – اهتمام – رغبة – تصرف)

أولاً، اجذب الانتباه إلى إعلانك عن طريق ترويسته (أي عنوانه). ويجب ألا يزيد على عشر كلمات؛ بل من الأفضل أن يكون أقل من ذلك، في حروفٍ كبيرة سوداء، إما استهلاليةٍ (كابيتال) وغير استهلاليةٍ (سمول)، أو أن تكون جميعُها استهلالية.

إن إعلانك سيدخل في منافسة مع إعلانات الغير في جذب انتباه القارئ. وتحقيق ذلك ليس باليسير، إذ يستغرق الشخص العادي من ثانيتين إلى ست ثوانٍ فقط لكي يلقي نظرةً عجلى على صفحةٍ ما.

وإليك بعض أنواع العناوين المختلفة:

١. أمر.

أنت في حاجة إلى هذا الكتاب!

٢. سؤال.

هل تحتاج إلى هذا الكتاب؟

٣. إيحاء.

أسرار النشر الذاتي.

٤. كيف.

كيف تنشر كتابك؟

٥. إحصائي.

٢٢٠ مليون أمريكي يحتاجون إلى هذا الكتاب!

وبعد أن تجذب **انتباه** القارئ، تكون الخُطوة التالية أن تجعله يستمر في القراءة. ضع أقوى فائدة مغرية أو أقوى دافع للناس (انظر الخطوة ٨) بعد العنوان مباشرة حتى يمكنك أن تأسره. عليك أن تُثير **اهتمامه** من الفقرة الأولى في الإعلان الطويل، ومن الجُملة الأولى (بعد العنوان) في الإعلان القصير، ومن الكلمات الثلاث الأولى (بعد العنوان) في الإعلان المُبوَّب.

بعد ذلك، عليك أن تُحوِّل اهتمام القارئ إلى **رغبة**. لذا، عليك أن تُفيض في الفائدة الرئيسية بإعطاء تفاصيل أو دوافع إضافيةٍ في الفقرات، أو الجمل، أو الكلمات التالية. عليك أن تُدرج أكبر عددٍ من الفوائد حتى يشعر القارئ بأنه يتحتم عليه أن يَحصُل على كتابك.

الخُطوة الأخيرة هي أن تجعل القارئ **يتصرف** بأن يملأ طلب الشراء الفارغ. يُمكنك أن تستخدم شهاداتٍ أو عباراتِ التزكية والمديح من قراء آخرين، **لكي** تُؤكد للمشتري المحتمل (المتوقع) أن كتابَك كتابٌ جيد. بعد ذلك، سيشعر بأمانٍ وهو يكتُب شيكًا ثمنًا له.

في الخُطوة الخاصة بالتصرف. لخِّص النقاط المفيدة في كتابك بأفضل تعبيرٍ ممكن، مستردًا رغبةَ القارئ. لاتسمح له على الإطلاق بأن يبقى معلقًا متردداً بعد قراءة إعلانك، فإنه إن فعل، سيُلقى به بعيدًا، أو يقلب الصفحة. بدلاً من ذلك، ادفعه دفعًا لكي يتصرف الآن!

قيِّد خطوة التصرف بضمانٍ. فإنك إن تفعل ذلك تكون قد أعطيت المشتري التأمين النهائي بأن نقودَه ستعود إليه إذا لم يرض عن كتابك. في الطلبات البريدية، تكون الضمانات في غاية الأهمية لأن المشتري لايرى البائع على الإطلاق.

هل ستستخدم كوبونًا في إعلانك؟ إذا كنت ستفعل، ضع خطًا منقطًا حوله حتى تدفع المشتري باللاوعي لكي يقصه. إن استخدام خطٍّ منقطٍ حول الكوبون يعطي عائدًا بنسبة أكبر.

ابدأ في تحليل الكتالوجات و«الإعلانات البريدية» التي احتفظت بها. حلِّل كلاً منها إلى معادلة ا ا ر ت، ملاحظًا كيف تختلف من واحدٍ لآخر. وبحصولك على أفكارٍ عن أيِّها أفضلُ تأثيرًا، يُمكنك أن تُعد إعلاناتك المؤثرة.

الخطوة ٨ دوافع الناس

ما الذي يدفع الناس للتصرف؟ لقد عرف علماء النفس الإجابة عن هذا السؤال من سنين. كما عرفت ذلك أيضًا مؤسسات ماديسون أڤنيو للدعاية. إذا أردت أن تتعلم كيف تؤثر ماديسون أڤنيو فيك، فاقرأ: *Subliminal Seduction* (★) تأليف ويلسون برايان كي، نيويورك (١٩٧٤)؛ سوف يصدمك.

يتصرف الناس وفق احتياجاتهم الواقعية والخيالية. إذا وافق كتابُك واحدًا أو أكثر منها، فستكون فرصُ بيعه أكبر. وإذا حقق كتابُك حاجةً تهم قطاعًا كبيرًا من السكان إذن فأنت لديك كتاب يحتمل أن يكون من أكثر الكتب رواجًا.

وإليك قائمة جزئية بما يدفع الناس:

١. البقاء.

٢. القوة.

٣. الجنس.

٤. الحب.

٥. المال.

٦. الأسرة.

٧. الأمان.

٨. التقدير.

٩. المغامرة.

(★) Wilson Brayan Key, ***Subliminal Seduction***, New York, 1474.

١٠. الراحة.

هل يُمكنك أن تضيفَ شيئًا آخر؟

مارس كتابة بعض الأصول الإعلانية لكتابك. أنت تعرف الأسس- استخدمها الآن لتبيعه.

الخطوة ٩ وكالتك الإعلانية المنزلية

كيف تُنشئ وكالةً إعلانيةً منزليةً (أي في منزلك)؟؛ تَخيَّر اسمًا للوكالة يختلف عن اسمك النشري. بعد ذلك أعد قرطاسيةً، وظروفًا تجاريةً، وطلباتِ (أوامر) نشر الإعلانات مطبوعًا عليها هذا الاسم وعنوانك (والذي يمكن أن يكون عنوانك النشري نفسه).

يُعطي طلبُ (أمرُ) النشر أية مجلةٍ المعلومات التي تحتاجُها لنشر إعلانك. كما أنه يتيح لك أيضًا الحصول على الخصم الخاص بالوكالات وقدره ١٥٪ من تكاليف كل إعلانٍ (حيثما كان ذلك مطبقًا). ويُمنح هذا الخصم إلى وكالات الإعلان «المتميزة». إن تعريف «المتميزة» غير واضح المعالم. ولكن مادمت تُعد إعلاناتك، فأنت وكالةٌ «متميزةٌ»، ومن ثم فإنك تستحق هذا الخصم. انتهز هذه الفرصة لأنها ستُوفر لك قدرًا من النقود.

أرسل مع أمر النشر رسالةً شارحًا فيها ماتريد، وشيكًا بقيمة الإعلان. (يجب عليك أن تدفع نقدًا حتى تكتسب ثقة كلِّ مجلة. بعد أن تكون قد اكتسبت هذه الثقة، سيرسلون إليك الفواتير.) ونظرًا لأن الكثير من المجلات يمنح الخصم بالسداد النقدي وقدره ٢٪ فإنه يمكن أن توفر ماقيمته ١٧٪ لكلِّ إعلانٍ تنشره.

استوديهات جامپنج ستار

ص.ب ٣٩٨ ، ألنسپارك ، كلورادو ٨٠٥١٠

المعلن : استوديهات جامپنج ستار
ص.ب ٣٩٨أ ، ألنسپارك
كلورادو ٨٠٥١٠

التاريخ : ١٠ يناير سنة ١٩٧٩

المنتج : كتاب

رقم العقد :

المطبوع : المجلة "أ" ، ١٠١٨٠ دبليو ، شارع ٦٤
نيويورك ١٠٠٠٣

تاريخ النشر	عدد المرات	العنوان	المفتاح	المساحة المطلوبة	موقع النشر
مارس١٩٧٩	١	كتابك: تأليفه ونشره وبيعه !	٣٩٨أ	مُبوَّب	الكتب

كتابك تأليفه ونشره وبيعه : تعلّم أسس النشر الذاتي .. كتابٌ جديد ٩,٩٥ دولار أمريكي .. مضمون . استوديهات جامپنج ستار ، ص.ب ٣٩٨أ ، ألنسپارك ، كلورادو ٨٠٥١٠

فضلاً لاحظ التعليمات الخاصة:

العنوان و " مضمون " حروف استهلالية سوداء

السعر : ٢١ × ٢ = ٤٢ $	السعر من العمود السابق ٤٩
٧أسود × ١$ = ٧ $	خصم التكرار —
المجموع: ٤٩ $	خصم الوكالة (١٥٪ من الإجمالي) ٧,٣٥
	خصم السداد النقدي ٢٪ من الصافي ٠,٨٣
	قيمة هذا الإعلان ٤٠,٨٢

المفوض: دفيد جوركا .

دافيد جوركمان

مثال لأمر نشر

الخطوة ١٠ بطاقة الأسعار

خَطِّط للوقت الذي تريدُ أن تظهر إعلاناتُك فيه. إن موسم الطلبات البريدية أفضل مايكون في الفترة من يناير إلى أبريل ومن أغسطس إلى نوفمبر.

بعد ذلك، قَرِّر أين ستُعلن. انظر أيٌّ المجلاتِ متاحٌ في المكتبة وفي أكشاك بيع الصحف.

قَوِّم إحداها في كلِّ مرةٍ، آخذًا في الحسبان إلى أي مدى يَتلاءم إعلانُك مع الإعلانات الأخرى فيها. بعد ذلك، اكتب طالبًا بطاقة أسعارِ الإعلان لكلِّ مجلةٍ تجد نفسك راغبًا فيها. غالبًا مايصلُك مع البطاقة لمحةٌ مختصرةٌ عن القراء. (لكي تحصل على عناوين مجلاتٍ أخرى راجع *Standard Rate and Data*).

تحوي بطاقة الأسعار المعلومات التالية:

١. أسعار الإعلانات المبوَّبة والبارزة.

٢. أبعادُ كل حجم ($\frac{١}{٤}$ صفحة، $\frac{١}{٢}$ صفحة، ... إلخ).

٣. شروط الآليات (طريقة الطبع والشبكات الخطية المستخدمة، هل ترسل سالبات أو موجبات... إلخ).

٤. خصومات الوكالة والسداد النقدي الممنوحة (يطلق عليها في بعض الأحيان عمولات).

٥. خصومات التكرار (على سبيل المثال، أعلن ستَّ مراتٍ واحصل على سعرٍ أفضل).

٦. التواريخ النهائية لإرسال إعلانك بريدياً (عادة ماتكون شهرين قبل تاريخ النشر– على سبيل المثال، عدد يناير تاريخه النهائى في نوفمبر).

٧. أرقام التوزيع ومُعطيات أخرى.

نظرًا لكون الأسعار والأحجام والتواريخ النهائية... إلخ، تختلف من مجلةٍ إلى أخرى فاطلب بطاقة السعر ونسخةً عينةً لكلّ منها.

الخطوة ١١ الإعلان المبوّب

إذا لم يكن سبق لك أن أعلنت من قبل، فابدأ بإعلان مُبوَّبٍ؛ لأنه لايُكلِّف كما تُكلِّف أنواع الإعلانات الأخرى. على سبيل المثال، يُكلِّف الإعلانُ المبوَّب ١٠ دولارات في حين يكلف إعلان بارز صغير ٢٠٠ دولار. كما أن نشرك لإعلانٍ مبوَّبٍ سيُعلمك طريقة الطلب البريدي.

إن العائد المالي المرتقب من الإعلان المبوَّب يتراوح بين المنخفض والمتوسط. لماذا؟ نظرًا لأنه يظهر عادة في الصفحة نفسها ومعه حوالي مئة إعلانٍ آخر، فإن رؤيته محدودة. لذا، فإنك في حاجة إلى إعلانٍ قويّ ومع ذلك مختصر.

بعض الأفكار المفيدة في كتابة الإعلان المبوَّب:

١. تجذب الكلمات المطبوعة بالبنط الأسود انتباه القراء. (تذكر المعادلة ارت).

٢. يجب ألا يشتمل الإعلان المبوَّب إلا على فكرةٍ واحدةٍ، إذا كانت لديك فكرتان فاشترِ مساحتين.

٣. استخدم كلماتٍ قصيرةٍ مباشرةٍ حتى يُمكن أن يستوعبها قراءُ المجلة.

٤. كن مقتصدًا في كلماتك. «خمسة عشر دولارًا»= ثلاث كلمات، «١٥$» = كلمة واحدة. «ظروفٌ معنونةٌ بعنوان المرسل عليها طابع بريدي» = سبع كلمات؛ "SASE" = كلمة واحدة. (ومع ذلك، لاتستخدم SASE؛ لأنها تُحدِّ من الاستجابة لك. أضف إلى ذلك أن كثيرًا من الناس لايعلمون ماذا تعني).

٥. إذا كان سعر كتابك:

SASE = Self Addressed Stamped Envelope (★)

أ – أقل من عشرة دولارات، فاذكر السعر.

ب – أكثر من عشرة دولارات، فاذكر تفاصيل غير مقيدة، ثم بعد ذلك أرسل نشرةً موجزةً لكل مستفسر.

٦. لاتطلب مبالغ ضئيلة (٢٥ سنتًا) لتغطية التكاليف. فإذا كان على الناس أن يرسلوا $\frac{١}{٤}$ دولار، فإنهم لن يستجيبوا لك.

٧. احذر اللجوء إلى الدُّعابة لأنها تُحدُّ من الاستجابات بما يصل إلى ٣٠٪.

٨. أعد كتابة إعلانك المبوَّب مُختزِلاً إيَّاه إلى أقل عددٍ ممكنٍ من الكلمات، ولكن مع استخدام المعادلة ا ا ر ت.

بعد أن يظهر إعلانُك شهرًا أو شهرين، قد ترغب في تحسينه لتحصل على استجاباتٍ أكثر. ومع ذلك، فلاتُغيِّر إلا عنصرًا واحدًا في كلِّ مرةٍ. فمثلاً غَيِّر العنوان، ولكن أبق على المتن كما هو، ثم قارن نتائج العنوان الأصلي بالعنوان الثاني. استمر في تعديله حتى تشعَر بأنك وصلت إلى الإعلان المناسب.

فيمابعد، قد تُواتيك فكرةٌ أفضل لمتن إعلانك المبوَّب، لاتُغيِّر إلا عنصرًا واحدًا فقط (كلمة السعر، العنوان، الشارع أو رقم الصندوق، . . . إلخ)، ثم قارن عدد استجابات الإعلان الجديد بالإعلان القديم. استمر في تعديله جزءًا جزءًا حتى يبلغ إعلانُك المُبوَّب حدَّ الكمال. وعندمَا تبلغ تكاليف التعديل ثلاثة أمثال سعره، اتركه كما هو وانشره شهرًا بعد شهر.

إن اختبار المتغيرات في الإعلان المبوَّب مفيدٌ، إذ يُمكنك بعد ذلك أن تنقل هذه المعلومات في كتابة إعلانات بارزة مُرْبِحَة (انظر الخطوة –١٣–).

في بادئ الأمر، انشر إعلانك المبوَّب في مجلةٍ واحدةٍ فقط حتى يبلغ حَدَّ الكمال. بعد ذلك انشره في مجلاتٍ أخرى مميزًا كل إعلانٍ في مجلةٍ عن قرينه في المجلة الأخرى. والتمييز يكون بإضافة رقمٍ أو حرفٍ كوديٍّ مختلفٍ إلى

عنوانك الشارعي أو رقم صندوقك لكل مجلةٍ تنشر إعلانًا لك. يُمكنك حينئذٍ أن تحسب عدد الاستجابات التي تأتي من كلّ منها.

حَلِّل إعلاناتٍ مبوَّبةٍ أخرى في المجلة الأولى التي تريد أن تُجرِّبها. في كل إعلان، أمعن التفكير في العنوان، النسخة، الدوافع، السعر، العنوان الشارعي أو رقم الصندوق، الرمز المفتاحي. ماهي أوسط الأسعار المعلنة وأعلاها؟ هل سعر كتابك في هذا المستوى؟

الإعلانات الناجحة تظهر شهراً بعد شهرٍ. ابحث عن هذا النوع من الإعلانات الناجحة وحَلِّلها بحثًا عن سرِّ نجاحها. بعد ذلك حَسِّن إعلانك.

كتابة إعلان مُبوَّب

كتابك: تأليفه ونشره وبيعه ! يُعطيك كتابُنا الجديد الرائع جميع المعلومات التي يلزم أن تعرفها عن النشر الذاتي. يُقسِّم هذا الكتاب كلَّ مرحلةٍ إلى أسس سهلة الفهم تُمكِّنك من كسب ثروة . لاتنتظر أكثر من ذلك! أرسل ٩,٩٥ دولار نقداً أو حوالة بريديةً إلى: إستوديوهات جامپنج ستار، ص.ب ٣٩٨م، ألنسپارك، كلورادو ٨٠٥١٠. مضمون.

كتابك: تأليفه ونشره وبيعه!. كتابٌ جديدٌ يوفر جميع المعلومات اللازمة للنشر الذاتي. تَعلَّم الأسس. لاتنتظر طويلاً! أرسل ٩,٩٥دولار إلى: إستوديوهات جامپنج ستار، ص.ب ٣٩٨م، ألنسپارك، كلورادو ٨٠٥١٠. مضمون.

كتابك: تأليفه ونشره وبيعه! كتابٌ جديدٌ يوفر أسس النشر الذاتي. لاتنتظر! ٩,٩٥ دولار، مضمون. إستوديوهات جامپنج ستار، ص.ب ٣٩٨م، ألنسپارك، كلورادو ٨٠٥١٠.

كتابك: تأليفه ونشره وبيعه! تَعلَّم أسس النشر الذاتي مع كتابٍ جديدٍ. ٩,٩٥دولار-**مضمون**. إستوديوهات جامپنج ستار، ص.ب ٣٩٨م، ألنسپارك، كلورادو ٨٠٥١٠.

★★★

كيف تكتب إعلاناً مبوباً جيداً: أولاً، دَوِّن باختصارٍ أفكارك العامة. ثم أعد الكتابة حاذفاً جميع الكلمات غير الضرورية. لاحظ كيف تجذب الكلمات المصفوفة بالبنط الأسود الانتباه في المثال الرابع. هل في مقدورك أن تحذف كلمةً أو كلمتين من الإعلان الأخير؟

الخطوة ١٢ العائدات

بعد إرسالك لإعلاناتك، عليك بشراء ظروفك البريدية ثم اطبع عليها بطاقاتك الشحنية. ثم انتظر العائدات، ومتعة أن تستخرج من صندوقك البريدي ظروفًا ملأى بالدولارات.

وما أن تظهر المجلات الشهرية في أكشاك الصحف، فيمكنك أن تتوقع أن تأتي عائداتك على نحو ما يلي:

بعد	أسبوع	أسبوعين	شهر	شهرين	٦ أشهر
الاستجابة	٨-١٠٪	٢٥٪	٥٥٪	٧٨٪	٩٨٪

(ملاحظة: هذه النسب تقريبية وقد تختلف اختلافًا جوهرياً.)

جَدوِل عائداتك اليومية لترى كم تجتذب كلُّ مجلةٍ. من هذا الجدول ستعرف في أيِّ المجلات سيستمر إعلانك فيها ومن أيِّها ستسحبه. أضف أيضًا جميع عائداتك معًا على هيئة إجماليٍّ يوميٍّ. أليس ذلك ممتعًا أن تكون رئيسَ نفسِك، تبيع كتابَك بنفسِك؟

إذا لم تُحقق إعلاناتك أيَّة استجاباتٍ أو قدرًا قليلاً بالكاد، فماذا تفعل؟ حلِّل إعلاناتك من حيث الضعف في جذب الانتباه، استمرار التشويق، خلق الرغبة و/أو الحث على التصرف. بعد ذلك أعِد كتابة الإعلان. اعمل على تنميط إعلانك المبوَّب بعد عدة محاولاتٍ ناجحةٍ. أو اسأل نفسك إذا ماكنت قد أخطأت في اختيار المجلة، مجلةٍ قراؤها ليسوا هم السوق المرتقبة لكتابك.

تعلم من أخطائك. حدِّد المشكلة، اعمل على حلِّها، ثم انتقل إلى الخطوة التالية.

لكي تفي بالطلبات، اشحن كتبك فورًا بأرخص طريقةٍ ممكنةٍ. (لاتصد عنك أرباحك).

جدول العائدات

التاريخ	الطلبات اليومية	العمالة أ	العمالة ب	العمالة ج	العمالة د	العمالة هـ	العمالة و	العمالة ز			المجموع
٣/١٢	١٠	٢	١	١	٢	–	٣	١			١٠
٣/١٣	١٢	٣	–	٣	٤	١	١	–			٢٢
٣/١٤	٥	١	١	–	١	–	٢	–			٢٧
٣/١٦	١٤	٢	٣	١	٢	٤	١	١			٤١
٣/١٧	٤	١	–	–	–	١	٢	–			٤٥
٣/١٩	٧	–	٢	١	١	١	–	٢			٥٢
المجموع											

الإعلان: كتابك: تأليفه ونشره وبيعه ! **التواريخ:** مارس ١٩٧٩ **الإجمالي**

الخطوة ١٣ الإعلان البارز

عندما تُحقّق إعلاناتُك المبوَّبة عائدًا يصل على الأقل إلى ثلاثة أمثال تكاليفها شهريًا، جرّب الإعلانَ البارز، الذي يجمع بين كتابة الأصل (ا ا ر ت)، والصور الفوتوغرافية والرسوم التوضيحية، وصفٌ الحروف، والتوضيب. وقد تختلف أحجام هذا النوع من الإعلانات من بوصة عمودية واحدة (أي ارتفاع بوصةٍ واحدةٍ بعرض عمودٍ واحدٍ) إلى صفحة كاملة.

ومع الإعلانات البارزة، يتناسب الربح المرتقب تناسبًا طرديًا مع حجم الإعلان.

فبزيادة الحجم، تتزايد رؤيته؛ لأن عددًا قليلاً من الإعلانات يظهر معه على الصفحة نفسها. ولكن تذكر أنه بزيادة الحجم يزيد السعر.

مستخدمًا المجلات نفسها التي اجتذبت أفضل بالنسبة لإعلاناتك المبوَّبة، حلّل الإعلانات البارزة المتنوعة متفحصًا بعنايةٍ مايلي:

١. **العنوان:**

أ - كم عدد الكلمات فيه؟

ب- هل هو آسرٌ جذاب؟

جـ- ماهو سطح الحرف؟ (هل هو ذنابي أم بدون ذنابة؟).

د - هل استُخدمت لقطاتٌ معكوسةٌ؟

٢. **الأصول:**

أ - هل كُتبت جيدًا (ا ا ر ت)؟

ب- ما هو سطح الحرف، حجمه، وزنه، شكله، . . . إلخ؟

٣. **الصور والرسوم:**

أ - هل الصور ظلّيةٌ؟

ب- هل الرسوم لقطات خطّيّةٌ؟

جـ- هل الظلّيات/ اللقطات الخطّية تجذب الانتباه أم مُكَمّلة للإعلان؟

٤. **التوضيب:**

أ - هل أطوال أسطر الأعمدة متساوية، أم إلى الهامش اليمين، أم إلى الهامش الشمال، أم وسطية؟

ب- هل الحروف تَسهُل متابعتها من البداية إلى النهاية؟

جـ- هل أحْسِن استخدام الفراغات؟

د- هل هناك قسيمة (كوبون) يُمكن قطعها؟

هـ- ماهو نوع البرواز المستخدم؟

٥. **المنافسة:**

أ - إذا كانت هناك إعلانات أخرى في الصفحة نفسها، كيف يتنافس هذا الإعلان مع غيره؟

٦. **نوع الإعلان:**

أ - أمرٌ مباشرٌ أم استفساريٌ؟

ب- إذا كان أمرًا مباشرًا، فكم يكلف المُنْتَج؟

٧. **العنوان:**

أ - عنوان شارع؟

ب- صندوق بريد؟

٨. الرمز المفتاحي:

مستخدمًا أفكارًا من هذه المُعطيات، صمم إعلاناتك البارزة لتلك المجلات التي حلَّلتها على وجه الخصوص.

عليك أن توضح أنك ترغب في وضع إعلانك البارز في صفحةٍ فرديةٍ (ما أمكن ذلك) لتُزيد من فرصة رؤيته بنسبة ١٥٪، ولكن، قد يكون عليك أن تدفع مبلغًا إضافيًا من أجل هذا الموقع، لذا عليك بمراجعة بطاقة السعر.

إذا كنت ترغب في تصميم إعلان أمرٍ مباشرٍ، فيجب أن تعلم أنه يجب أن يكون أكبر حجمًا من الاستفساري. وإذا كنت تنوي أن تُضمِّنه قسيمة، فاطلب وضعه بعيدًا عن هامش التجليد (الطية الداخلية)، وبعيدًا عن إعلاناتٍ أخرى تحوي قسائم.

إن أفضل طريقة لتتعلم كيفية تصميم الإعلانات البارزة هي أن تُجربها. اقطع تلك الإعلانات التي أعجبتك، وأعد تصميم إعلاناتٍ جديدةٍ منها. ذات يومٍ سيكون لديك توضيبٌ جميلٌ، وحروفٌ مصفوفةٌ، وظلياتٌ مصنوعةٌ، ... إلخ، الخاصة بك.

وتدريجًا، عليك أن تُزيد من حجم إعلاناتك البارزة كلما سمحت أرباحُك.

كتابك: تأليفه ونشره وبيعه!

دليلٌ متكاملٌ سهل الفهم يشرح خطوات كيفية التأليف والنشر الذاتي وبيع كتابك (متضمنًا أسس الطلبات البريدية) مزود بالرسوم التوضيحية. (١٦٠) صفحة (٩,٩٥) دولار وضمان بإعادة النقود خلال ٣٠ يومًا.

استوديهات جامپنج ستار، ص.ب ٣٩٨م أ ألنسبارك، كلورادو ٨٠٥١٠

كتابك: تأليفه ونشره وبيعه!

دليلٌ متكاملٌ سهل الفهم يشرح خطوات كيفية التأليف والنشر الذاتي وبيع كتابك (متضمنًا أسس الطلبات البريدية) مزود بالرسوم التوضيحية. (١٦٠) صفحة (٩,٩٥) دولار وضمان بإعادة النقود خلال ٣٠ يومًا.

استوديهات جامپنج ستار، ص.ب ٣٩٨م أ ألنسبارك، كلورادو ٨٠٥١٠

الخطوة ١٤ إعلان الصفحة الكاملة

يتيح إعلانُ الصفحةِ الكاملةِ رؤيةً ١٠٠٪، وبطبيعة الحال ربحًا مرتقبًا أعلى.

ونظرًا لأن بعض إعلانات الصفحة الكاملة المطبوعة أبيض وأسود قد تُكلِّف آلاف الدولارات، فعليك أن تتأكد من التركيز على تلك الفوائد التي ستجذب الطلبات.

يحتوي إعلان الصفحة الكاملة على بعض أو كلٍّ مايلي:

١. إعلان يجذب الانتباه.

٢. صورةٍ فوتوغرافيةٍ أو رسمٍ توضيحيّ للكتاب و/أو للمؤلف.

٣. عمودين أو ثلاثةِ أعمدةٍ مصفوفةٍ من الحروف الصغيرة اتبُع في كتابتها معادلة ا ا ر ت. إنها تضم:

أ – فقرة الفوائد البارزة.

ب– فقرات تفصيلية.

جـ– استشهادات تقديرية (خطابات تقدير من قراءٍ على مستوًى عال).

د – الموجز.

هـ– الضمان.

و – خطوة التصرف.

ر – السعر، والعنوان الذي توجه إليه طلبات الشراء.

ح– كوبون الشراء وبه مساحة لاسم المشتري، وعنوانه، ورقم الحساب الجاري، ورقم الإعفاء الضريبي، ... إلخ.

٤. حق طبع الإعلان.

وإذا أردت أن تُضمِّن الإعلان وصفًا مطولاً لكتابك، فليكن ذلك في فقراتٍ قصيرةٍ داخل بروازٍ (أو طباعته بشبكة منقطة، أو معكوسًا، أو بحروف مختلفة)، بدلاً من إضافته إلى فقراتك التفصيلية. يجب أن ينساب الإعلان بأكمله من بدايته وحتى نهايته، لذا فقد يقطع الوصف المطول تواتر القارئ.

ادرس إعلانات الصفحة الكاملة للكتب الأخرى التي تُشتَرى عن طريق الطلبات البريدية آخذًا في الحسبان التفسيرات الشخصية لأسس المعادلة: ا ا ر ت.

اكتب مُسَوَّدةً تحضيريةً لإعلانك ذي الصفحة الكاملة. أعِد كتابتَه حتى يُجبِر القارئ على شراء كتابك. بعد ذلك، صفّ حروف الأصل في عمودين أو ثلاثة أعمدة.

ضع الحروف والظلِّيات أو اللقطات الخطية في تسلسل منطقيّ يسمحُ للقارئ بمتابعته دونما مقاطعةٍ من بدايته حتى نهايته. بعد ذلك، أرسل لقطةً خطيةً أو سالبةً، أو ماتقرره بطاقةُ السعر، للأصل إلى المجلة التي وقع عليها اختيارك.

كتـابــك:
تأليفـه ونشــره وبيعــه !

هل راودتك رغبةٌ دائمةٌ في أن تؤلف كتابا ما، ولكنك لم تكن تعرف ماذا تؤلف فيه أو كيف تبدأ؟ هل حلمت يومًا بأن تكون مـؤلفًا، وأن تكون ناشـرًا لعملك وتجني ربحًا منه؟

إذا كانت لديك خبرةٌ مباشرةٌ بأي شيء (عمل، هواية، مهارة، سفر، ..الخ) فإنه بإمكانك أن تؤلف كتابًا. توقف عن القراءة للحظة وفكر في تلك الخبرات التي يمكنك أن تؤلف فيها.

أكتب ثلاثًا من هذه الخبرات: -١ -٢ -٣

لقد سجلت لتوك ثلاثة موضوعات يمكنك أن تؤلف في أيٍّ منها كتابًا. قبل أن تقرأ هذا، لم تكن لديك أية أفكار؛ الآن لديك منها ثلاثًا. هل أثار الأمر اهتمامك؟ إذا كان الأمر كذلك، فاستمر في القراءة، أما إذا لم يكن، فاقلب الصفحة.

أن تبدأ هو أصعب ما في التأليف، كثير من الناس تثبط همتهم لأنهم لا يعرفون كيف يبدأون. تعلّم ذلك وانجح فيما يفشل فيه الآخرون.

كتابك: تأليفه، ونشره وبيعه! يعينك على أن تبدأ بشرح الخطوات البسيطة لإعداد مناخ منتج للتأليف، مناخ يجعل منك مؤلفًا وتمارس عملك اليومي. (بل إنه يقول لك كيف تؤلف بينما أنت تمارس عملك اليومي).

يكشف هذا الكتاب السر الذي لا يكشفه غيره - كيف تبدأ الخطوة الأولى. إن معرفة ذلك وحده يجعل منه اختيارًا ثمينًا، ولكن هناك الكثير.

إنك ستتعلم

١ - كيف تعد صومعتك أو خلوتك.
٢ - كيف ترتب أولوياتك.
٣ - كيف تجري البحث.
٤ - كيف تجد الأدوات المناسبة.
٥ - ١٥ إشارة أساسية للكتابة.
٦ - كيف تحرر وتصحح.
٧ - كيف تحمي كتابك بحق الطبع.
٨ - كيف تتصل بأصحاب المطابع.
٩ - كيف تحول الصور الفوتوغرافية إلى ظليات.
١٠ - كيف ترتب أجزاء الكتاب.
١١ - كيف تحصل على دعاية مجانية على مستوى وطني.
١٢ - كيف تنشئ وكالتك الاعلانية فتوفر نقودك.
١٣ - كيف تكتب إعلانات مربحة.
١٤ - أسرار كتابة مادة الإعلان.
١٥ - كيف تبيع من خلال الطلبات البريدية.
١٦ - كيف تبيع للموزعين، وسلاسل الكتب والمكتبات.

بعض تعليقات القراء

«إني سأستخدم هذا الكتاب في نشر كتابي القادم بنفسي»
— الاستاذ و.م.

«هذا أفضل ماقرأت في هذا الموضوع»
— المقاول ر.أ.

«إنه سهل فهمه غزيرٌ في معلوماته»
— المحامي هـ.ف.

«أنه أحدث وأبدع ماكتب في مجال النشر الذاتي»
— المحرر س.ب.

«لقد اقتصدت ثمن هذا الكتاب عندما وضعت إعلاني الأول»
— المراسل القضائي ب.ب.

«غني برسومه التوضيحية، مفيد»
— الكاتب سي. ي.

هل يحتاج الأمر إلى أكثر من ذلك.

الضمان

سعر هذا الكتاب المفيد ٩,٩٥ دولارًا، إذا لم ترض عنه لسبب ما أعده خلال ٣٠ يومًا، وسنعيد لك نقودك دون أدنى سؤال.

لاتنتظر أكثر من ذلك! حول حلمك بأن تكون مؤلفًا إلى حقيقة تعود عليك بالربح الوفير.

إلى استوديوهات جامبنج ستار
ص.ب ٣٩٨م أ
ألنسهارك، كلورادو ٨٠٥١٠، الولايات المتحدة الأمريكية

فضلاً: أرسلوا إليّ عاجلاً - نسخة من كتابك: تأليفه ونشره وبيعه بسعر ٩,٩٥ دولار لكل نسخة (مرفق دولاران للبريد العاجل) لقد فهمت أنه يمكنني أن أعيد الكتاب خلال ٣٠ يومًا إذا لم أرض عنه لأي سبب كان.

——— شيك أو حوالة بريدية ——— فيزا، بطاقة مصرفية

رقم البطاقة: .... تاريخ انتهاء العمل بها ....

التوقيع: ....

الاسم: ....

العنوان: ....

المدينة: .... الولاية: .... الرقم البريدي: ....

نموذج لإعلان الصفحة الكاملة: حلّله من حيث معادلة (أ أ د ت)

نموذج لإعلان الصفحة الكاملة. حلّله من حيث معادلة (ا ا ر ت)

الخطوة ١٥ الإعلان البريدي المباشر

إذا كانت أعمال الطلبات البريدية تُعطي أعلى ربحٍ ممكنٍ، فإن هذا الإعلان يصل مباشرةً إلى سوقٍ محددةٍ (على عكس طريقة إعلانات المجلات فهي غير مباشرة).

وباستفادتك مما اكتسبت من خبرة ودراية في الإعلان السابق، يمكنك الآن أن تُعد برنامجك البريديَّ المباشر. إن المعادلة ا ا ر ت هي مرة أخرى صيغتك الرئيسية.

إن مكونات نموذج البريد المباشر هي:

١ - ظرف المحتويات

عادةرقم ١٠ وأبيض. ويتحدد حجم الظرف بأبعاد المواد التي سيحتويها. الظروف الشبَّاكية مفيدةٌ إذ تسمح برؤية العناوين المطبوعة بالحاسب الآلي.

٢ - خطاب المبيعات

غالبًا فرخٌ من الورق مقاس ١١×١٧ً، مطويٌّ طيةً واحدةً ومطبوعٌ من الجوانب الأربعة، أو مقاس ٨,٥×١١ً من الوجهين. إنه قطعة تمهيدية تحمل تحيةً على شكلِ خطابٍ حروفُ هامشهِ الأيسر مستويةٌ، بينما أحرفُ الهامش الأيمن غير مستويةٍ (عكس العربي). إنه يُقدم أهم الحقائق عن المُنتَج، ولكن ليس بالتفصيل أو الرسوم التوضيحية. في بعض الأحيان، يؤكد لونٌ ثانٍ بالإضافة إلى الأسود على النقاط التي تحتاج إلى إبرازٍ.

٣. المطوّية

عادةً مقاسُ ١١×١٧ً مطويةٌ طيةٌ واحدةٌ ومطبوعةٌ من كلا الوجهين من أربعة ألوانٍ في بعض الأحيان. إنها تُعرِّف بالمنتج بالتفصيل وبالرسوم التوضيحية وغالبًا ماتضم استشهاداتٍ تقديريةٍ.

٤ – **نموذج الطلب**

طريقةٌ سهلةٌ لكي يستجيب المشتري دون أن يكتب خطابًا. إنه يلخص النقاط المهمة، وينص على الضمان، ويتضمن غالبًا خطوة التصرف. إنه قطعةٌ مكتملةٌ في ذاتها بها فراغاتٌ لاسم المشتري، وعنوانه، ورقم بطاقة الاعتماد المصرفي... إلخ.

٥ – **ظرف الرد**

ظرفٌ عليه عنوان المُرسَل إليه، في بعض الأحيان مدفوعةٌ أجرتُه البريدية سلفًا.

كيف تحصل على أسماءٍ للبريد المباشر؟ عليك بشرائها من أحد بائعي القوائم. ونظرًا لأن هناك آلافًا من القوائم المتخصصة، فعليك أن تختار منها أقربها إلى سوقك.

وفيمايلي بعض أسماء وعناوين تجار القوائم. (إن ذكرها لايعني أننا نُقرُّها، ولكننا نوضح إلى من تكتب للحصول على المعلومات.)

١ – شركة قائمة دانهيل العالمية:

Dunhill International List Co., Inc.; 444 Park Avenue South; New York, New York 10016.

٢ – إنفومات؛ المواد الإعلامية:

Infomat; Information Materials; 708 Silver Spur Road; Rolling Hills Estates, California 90274.

٣ – ريفلكو:

elco; 631 Wilshire Blvd., Santa Monica, California 90401.

٤ – شركة قوائم الأعمال القومية:

National Business Lists, Inc.; 162 N. Franklin Street; Chicago, Illinois 60606.

٥ – قائمة البريد المباشر ودليل المعطيات:

Direct Mail List and Data Guide; Standard Rate & Data Service; 5201 Old Orchard Road; Skokie, Illinois 60076.

راجع أيضًا الصفحات الصُّفر(★) تحت قوائم المراسلات في دليل منهاتن، ولوس أنجلوس وشيكاغو.

وإذا كان كتابُك تربوياً فاكتب إلى: الدليل التربوي:

Educational Directory; 126 Blaine Avenue; Marion, Ohio 43302.

ما الذي يجب أن تبحث عنه في أيَّة قائمة:

١. يجب أن تتكون من مشترين (وليس مستفسرين) يكونوا قد اشتروا خلال العام المنصرم منتجًا مماثلاً لمنتجك أو قريبًا منه بطريقة أو بأخرى.

٢. يجب أن تكون أسماء الأشخاص الذين ماتوا، والعناوين الخاطئة، ... إلخ، قد استُبعِدت خلال الشهور الستة السابقة. وتُسمى هذه العملية بالتصفية.

٣. اختبر قائمةً منها قبل أن تشتري القائمة بأكملها– على سبيل المثال، اختبر ألفان من قائمة قوامها ٢٥,٠٠٠ اسم. إذا كانت الاستجابة طيبةً، فاشترِ منها أسماء أكثر. (يُمكن لتاجر القوائم أن يُخبرك بالحد الأدنى الذي يجب أن تشتريه.)

ولكي تستخدم أيَّة قائمة:

١. بادئ ذي بدء عليك بتقديم عينة من مُنتجك وإعلانك.

(★) هي ذلك القسم من دليل الهاتف المطبوع على ورق أصفر والذي يصنِّف شركات الأعمال والمهن وأفرادها هجائياً وتحت كل فئة، وعادةً مايحوي إعلانات مبوَّبة.

٢. عليك أن تُدرك أنك تستأجر قائمةً لمدةٍ واحدة فقط، وأن مَالِك القائمة يُضمنها أسماءَ وهميةً من قبيل الأمن حتى يُمكنه أن يعرف إذا ما استخدمتها مرةً أخرى.

٣. تَلَمس أعلى انتقاءٍ أو عينةً نموذجيةً من القائمة بأكملها لتختبرها.

٤. ضع في حُسبانك أنك ستدفع من ٢٠ إلى ٥٠ دولارًا أمريكياً لكل ١٠٠٠ اسم.

٥. في بادئ الأمر، اطلبها على هيئة رُقعات من الورق المصمغ. (بعضها يحتاج في لصقه إلى مَكنة.)

٦. توقع مُرتَجعًا، أي إعلانات لم تُسلَّم، يتراوح مابين ٦ إلى ١٥٪ أيَّةُ نسبةٍ أعلى من ذلك تعني أن القائمةَ لم تصفًّ حديثًا.

٧. اختبر مُتغيراً واحدًا في كُلِّ إبرادٍ (أي كل مرةٍ ترسل بريدًا).

٨. اعمل على أن يصل بريدك يوم الثلاثاء أو الأربعاء أو الخميس.

وعندما تكون لديك قائمةٌ من ٤٠٠٠ مشترٍ أو أكثر، يُمكنك أن تُتاجر بها أو تُؤجرها. إن هذه الأسماء أيضاً هي أفضل سوق لك بالنسبة لكتابك الثاني والثالث.

وللتوفير، فإن معظم البريد المباشر يُرسل بفئة الجُملة من الدرجة الثالثة. وهناك بعض المُتطلبات لفئة الجملة من الدرجة الثالثة:

١. ادفع الرسم السنوي للإبراد بالجملة.

٢. ادفع الأجرة البريدية عن طريق الوسم بالعداد البريدي، أو الدمغ المُصرَّح به، أو الطوابع المُلغاة.

٣. اطبع أو اختم كلمة «فئة الجملة» على الظرف.

٤. املأ النموذج رقم ٣٦٠٢ «تصريح لمواد مُبْرَدة بالدمغ المُجاز» لكي ترسل

بالدمغات المُجازة، والنموذج رقم ٣٦٠٢- PC «تصريح إبراد بالجملة- بريد الدرجة الثالثة» للبريد الذي يحمل طوابع مُلغاةً أو وسمًا بالعداد.

٥. ضع رقم المِنطَقة على كلِّ قطعةٍ.

٦. صنِّف القطع حسب المناطق، ثم احزمها وضعها في أكياسٍ وفق المواصفات الموضحة عند الحصول على التصريح.

ويُمكنك الحصول على معلوماتٍ أكثر من مكتب البريد الذي تتعامل معه، أو اكتب إلى المجلة الشهرية:

Memo to Mailers, P.O.Box 1600, La Plata, Maryland 20646.

وتقدّم هذه النشرة المجانية النُصح إلى المُبردين في مجال الأعمال عن التغيرات في الأسعار والأصناف بالإضافة إلى بعض الأخبار البريدية الأخرى.

الخطوة ١٦ برنامجك الإعلاني

أنت تعلم الآن أسس الطلب البريدي، وما عليك إلا أن تُصممٌ برنامجًا يناسب احتياجاتك الخاصة.

إذا كنت ترى أن المكتبات قد تشتري كتابك، وكان في مقدورك أن تُعِدَّ طردًا إعلانياً، فجرب الإبراد المباشر إلى ٢٠٠٠-٥٠٠٠ منها. ومع ذلك، فإذا لم تكن واثقًا من مقدرتك على كتابة المادة الإعلانية، فانتظر حتى يكون في مقدورك إعداد مجموعة إعلانية تجذب الناس.

وبتقدُّمك خطوة خطوة، سيكون في مقدورك أن تتعلم كيف تُتقن العملية الإعلانية. لاتفقد صبرك الآن، بعد نجاحك في تأليف ونشر كتابك. انتظر حتى يكون لك ماتريد، بعد ذلك ابذل قصارى جهدك.

أجمل التهاني وحظٌ سعيد.

قصة هذا الكتاب

أثناء فترة صفٍّ هذا الكتاب ومراجعةِ تجاربه، وهي مدةٌ حرجةٌ، هبَّت عاصفتان ثلجيتان شتويتان استمرتا على مدى خمسة أيام، تراكمت على إثرها الثلوج بمايزيد على ٣٦ً على جبال روكي. وقد تسببت هاتان العاصفتان في توقُّف المرور وتعطُّل الأعمال وهبطت درجة الحرارة حينئذ إلى ٣٠ْ ف لمدة ثلاثة أيام. أما عن الرياح، فقد زادت سرعتها في بعض الأحيان على ١٠٠ ميلٍ في الساعة مما زاد الأمر سوءًا.



ولما كان الطريق إلى الكوخ الذي كنت أُقيم فيه منيعًا حتى باستخدام شاحنةٍ مُجَنزرة (أي تعمل بدفع عجلات أربع مسننة تحيط بها السلاسل)، فلم يكن هناك من مخرجٍ إلى المدينة إلا التزلُّجُ على الجليد في رحلةٍ قوامها ٦ أميال.

ونظرًا لكون البرنامج الزمني للصفَّاف كان مضغوطًا للغاية، فقد كانت تجارب الطبع (السلخ) تُعاد كلَّ عدةِ أيامٍ. وفي أسبوعٍ واحدٍ كانت رحلة التزلج هذه تتم مرة كل يومين، وكانت الرحلة بأكملها تستمر من الصباح الباكر حتى آخر الليل.

وبسبب هذا الطقس البارد، وهذه الرياح العاتية، وذلك الرُكام الثلجيّ الذي بلغ حوالي خمسة أقدام، كانت رحلةُ التزلج التي لاتزيد على ساعةٍ في الظروف العادية تستمر لمدة ساعتين.

وكان الطعام يُحمَل في صُرّة على الظهر أو على الزلاّجة.

وقد أعدت غرفةُ طوارئ للرسم في مدينة بولدر، كلورادو، على بعد ٣٥ ميلاً، تحسباً لاستمرار هذا الطقس السيّئ، والذي قد يستحيل معه التزلج في الذهاب أو العودة. ورُغم شدة هذه المحنة، إلا أن تاريخ الطبع قد جاء في موعده المحدد.

إن هذا الكتابَ نتاجُ الحب.

ثبت المصطلحات

(عربي/ إنجليزي)

أ

آليـــة mechanical

الملصوقة (أي الصفحة الملصوقة) الجاهزة للتصوير.

ارتفاع الحرف x-height

المسافة من قاعدة حرف غير استهلالي إلى قمته (باستبعاد الصاعد أو الهابط).

أرمـلـة widow

كلمةٌ واحدةٌ أو جزءٌ قصيرٌ من سطرٍ يُنْهِي أيٌّ منهما فقرةَ ويَظهرُ في أعلى صفحةٍ ما.

الأرملة بشعة المنظر، لذا يجب تجنبها.

أسيتات acetate

فرخٌ شفافٌ يستخدم كغلالة.

أصول جاهزة للتصوير camera-ready copy

أصولٌ، عملٌ فنيٌّ، ظلياتٌ، ... إلخ، مُعدةٌ لكي تُصوَّر للطباعة.

إيطـالي italic

حروفٌ مائلةٌ تُستخدم في الكلمات التي تحتاج إلى إبراز.

ب

بايكا pica

سُدُسُ بوصةٍ أو اثنا عشرَ بنطًا.

بنداي Benday

شبكةٌ منقطةٌ تشير إلى نِسبٍ مئويةٍ (١٠-٩٠٪) من لونٍ مصمت.

التسميةُ نسبةً إلى المخترع بنيامين داي.

بنط point

وحدةُ قياسٍ (١/٧٢ من البوصة) تُستخدم في تمييز أحجام الحروف.

بوصة عمودية column inch

وحدةُ قياسٍ في إعلانات الصحف بطول بوصةٍ واحدةٍ

وعرض عمودٍ واحدٍ.

ت

تجربة سلخ (تجربة لوحية) galley proof

استنساخُ المتن قبل إعداد الصفحة

تجليد binding

تغليفُ صفحات كتابٍ ما. هناك عدة أنواعٍ من التجليد، مثل: خياطة سميث، خياطة جانبية، خَزْم (تدبيس) جانبي، خَزْم حصان، تجليد بَشْر.

تخفيف اللون tint

كسرُ حدة لونٍ مصمتٍ إلى لونٍ أخف باستخدام شبكات النسب المئوية.

تذنيب kerning

ضبطُ المسافات بين الحروب، أي تساوي المسافات بين ذنابات الحروف.

تصحيح (التجارب) proofing

مراجعةُ حروفِ المادة المصفوفة وغيرها من مواد، قبل الطبع.

تصوير انعكاسي reverse

طريقةٌ تقلبُ المظهر العادي لملصوقةٍ ما؛ بها تصبح الحروف السوداء بيضاء والمساحات البيضاء سوداء.

تعديل alteration

تغييرٌ في مادة الأصول يُجرَى في مرحلة تجارب الطبع؛ ويختلف التعديل عن التصحيح في أن الأخير يستبعد الأخطاء المطبعية.

تكبير blow-up

تكبير الصور أو الظليات.

توضيب (إخراج) layout

الترتيبُ الفعليُّ لأي عمل طباعيّ مقترح، أو رسمه، أو تخطيطه (اسكتش).

توضيب الفورمة (رمي الصفحات) imposition

توضيبُ الصفحات داخل إطارِ (فورمة) الطبع بترتيبٍ صحيحٍ تمهيداً للطباعة.

ث

الثخانة النوعية bulk

ثخانة الورق وتُحسب بعدد الأفرخ في البوصة.

ج

جسم الحرف (البنط) body type

الحرفُ المستخدم في متن كتابٍ ما، عادة مابين بنط ٦-١٤.

جمع الملازم collate

تجميع الأفرخ بعد طيها في مجموعاتٍ كاملةٍ قبل التجليد.

ح

حجم التعريش trim size

حـجمُ الكتـاب المنتهي بعـد تعـريش (قص) أطرافـه الزائدة عن القطع المطلوب.

حذف delete

استبعاد شيء ما غالبًا مايكون حرفًا أو حروفًا طباعية.

حرف أسود boldface type

حرف أسمَكُ من حرف جسمٍ ما.

حرف ممطوط extended type

حرفٌ عرضُه أكبر من المعتاد.

حروف ذنابية serifs

زوائد على شكل خطوطٍ قصيرةٍ متقاطعةٍ في أطراف سيقان وأذرع العديد من الحروف الطباعية (الإفرنجية).

(*Sans Serif* غـيـر ذنابيـةٍ، تعني عـدم وجـود خطوطٍ متقاطعةٍ).

حروف طباعية characters

أسطح الحروف الطباعية منفردةً سواءٌ كانت حروفًا هجـائية أو أرقـامًا أو علامـات ترقيمٍ. . . إلخ، والتي منهـا يتكوَّن أي سطرٍ في أي مطبوعٍ.

حروف غير استهلالية lowercase

الحـروفُ الصـغـيـرة (سمـول)، تمييـزًا لـهـا عن الحـروف الاستهلالية (كاپيتال).

خ

خطأ مطبعي typographical error

خطأ وقع فيه عامل الصفّ.

د

دُميَة (نموذج طباعي- ماكيت) dummy

توضيب أولي يوضح شكل الأصول والصور والرسوم التوضيحية وغيرها كما ستظهر في شكلها الطباعي النهائي.

ديوتون- ظلّية من لونين duotone

طباعةٌ ظلّيةٍ من لونين أصلها صورة فوتوغرافية من لون واحد.

ر

رقم الكتاب (الرقم الدولي المقنن للكتاب) book number (ISBN)

يُحدّد هوية الكتاب. يتكون من ثلاثة أجزاءٍ (بادئة الناشر، ورقم العنوان، ورقم الفحص) تكون عادةً منفصلةً عن بعضها البعض بالشرطة الواصلة (-).

رقم الصفحة folio

رقمُ تسلسل الصفحة.

رقم الصفحة السفلي drop folio

رقم الصفحة الذي يُطبع في أسفل أيةِ صفحة.

ز

زوايا شبكية screen angles

في الطباعة الملونة، يجب وضع الزاويةُ الشبكية لكل لونٍ في موضعها الصحيح تفاديًا لحدوث تموجٍ أو نمطٍ غير مرغوب. الألوان وزواياها: الأسود (٤٥°)، الماجنتا (٧٥°)، الأصفر (٩٠°)، والسيان (١٠٥°).

س

سالبة negative

فلم ذو إشراقٍ لونيّ عكس الأصل. المساحاتُ القاتمةُ تَظهر بيضاء في حين تظهر المساحات البيضاء قاتمة.

سطح الطبع flat

سالباتٌ أو موجباتٌ جاهزةٌ لإعداد اللوح المُحَسَّس.

سطر إعلاني agate line

مقياسٌ عياريٌ يُستخدم في أطوالِ أعمدةِ المساحة الإعلانية. أربعة عشر سطراً إعلانياً تساوي بوصة عمودية.

سيحان bleed

امتدادُ الصفحةِ المطبوعة (١/٨) بعد خط التعريش في صفحةٍ ما.

ش

شريط من الورق web

لفةٌ من الورق تُستخدم في الطباعة الشريطية.

شديد الإضاءة highlight

أفتحُ جزءٍ في صورةٍ فوتوغرافيةٍ يتمثل في الظلّية بأصغر نقاطٍ أو بعدم وجود نقاط.

ص

صاعد ascender

ذلك الجزء من الحرف الذي يرتفع عن ارتفاع الحرف x، مثلما في الحرف d.

صف بارد cold type

أيةُ طريقةٍ لصفِّ الحروف غير طريقة المعدن الساخن. تشمل الأصل المنسوخ على الآلة الكاتبة حتى الطباعة الليثوجرافية بالأوفست.

صف مُصمت (طوالي) solid

مادةٌ مصفوفةٌ بدون فواصل بين سطورها.

صفحة page

وجهٌ واحدٌ من فرخٌ من الورق.

صفحة زوجية verso

الصفحةُ اليسرى في المطبوعات الإفرنجية، واليمنى في المطبوعات العربية.

صفحة فردية recto

الصفحة اليمنى في المطبوعات الإفرنجية، واليسرى في المطبوعات العربية.

صلب الكتاب spine

كعب (ظهر) الكتاب ويحتوي على العنوان وأسماء المؤلفين والناشر

ض

ضبط طول السطر justify

يساوي طرفي عمودٍ ما حتى يكونا متوازيين.

ط

طباعة ليثوجرافية الأوفست jffset-lithography

عمليةٌ طباعيةٌ تُصوَّر فيها فورمة الطباع فوتوجرافيًا، ثم تُنقل على لوحٍ معدنيٍّ. هذا اللوح يَنقُل الصورة إلى وسيطٍ مطاطيٍّ ينقلُها بدورِه على الورق.

ظ

ظلية (هافتون) halftone

صورةٌ فوتوغرافيةٌ تحولت إلى مجموعةٍ من النقاط لطباعتها.

ع

عدد الحروف character count

العددُ الإجماليُّ لحروف سطرٍ أو فقرةٍ أو أصول كتابٍ بأكمله.

علامات دليلية leaders

صفوفٌ من النقاط أو الشرط تُستخدم في توجيه العين أثناءَ القراءة في صفحةٍ ما.

علامات القطل (القطع) crop marks

علاماتٌ تُوضع على هوامش الصور الفوتوغرافية أو الرسوم لتوضيح المساحات المطلوب استبعادها عند التصوير.

عملية التلوين الكامل (الطباعة الملونة) full-color process

الطباعةُ بالألوان الأساسية: الأسود، الماجنتا، السيان، والأصفر.

تُعرف أيضًا بعملية طباعة الألوان الأربعة.

عنوان الشكل caption

وصفٌ يُوضع أسفل أو أعلى الصور الفوتوغرافية أو الرسوم

التوضيحية. من الناحية الفنية، يُوضع العنوان فوق الرسوم التوضيحية، . . . إلخ، أما التعليق على الشكل فيكون أسفله.

ف

فورمة الصفحة — format

قطعٌ، وشكلٌ، وهوامشُ، ومتطلباتُ طباعيةٌ، . . . إلخ، لصفحة مطبوعة.

فوصلة الحروف — letterspacing

وضعُ مسافةٍ إضافيةٍ بين حروف كلمةٍ ما. تُستخدم أساساً في الكلمات المصفوفة من حروفٍ استهلاليةٍ (كاپيتال).

فوصلة (ترصيص) السطور — leading

المسافةُ بين سطور مادةٍ مصفوفةٍ.

ق

قياس — measure

عرضُ سطر صفحةٍ مصفوفةٍ ويُقاس بوحدات الپايكا.

قياس الأبعاد — scaling

حسابُ للمعرفة المسبقة لحجم رسمٍ توضيحيٍّ أو صورةٍ فوتوغرافية بعد القَطْلِ (القطع) أو التصغير أو التكبير.

ك

كعب — backbone

العمودُ الفقريُّ للكتاب المجلَّد الذي يصل مابين الغلافين. يعرف أيضاً بصُلب (spine) الكتاب ويحتوي على العنوان وأسماء المؤلفين والناشر.

ل

لحم — flush

أي بدون فراغ بين أول الكلام والهامش. على اللحم شمال تعني (في الإفرنجي) أن يبدأ العمود من الهامش الشمال؛ على اللحم يمين (في الأفرنجي) تعني أن ينتهي العمود عند الهامش اليمين (والعكس في العربي).

لقطة خطية line shot

استنساخ دون استخدام شبكة ظلّية.

لوح plate

سطحٌ معدنيٌ رقيقٌ لدنٌ منه تنتقل الصورة إلى سطح الوسيط المطاطيّ في طباعةِ ليثوجرافيةِ الأوفست.

م

مربع (إم) em

مربعُ جسم حرفٍ ما.

ملحق appendix

مادةٌ تُلحق بمتنِ الكتاب.

ملزمة signature

جزءٌ من كتاب يحتوي على فرخٍ مطويّ من الورق به ٨، أو ١٦، أو ٣٢، أو ٦٤ صفحة.

ملصوقة paste up

تثبيتُ الأصول والظلّيات واللقطات الخطية و... إلخ في أماكنها الصحيحة لتُكوِّن الآلية.

ن

نـزع strip

ضمٌ سالبةٍ فوتوجرافيةٍ إلى أخرى. عادةً ماتُستخدم مع الظلّيات لاستنساخٍ أوضح.

نسخ زائدة overrun

النسخُ المطبوعةُ زيادةً على عدد النسخ المطلوب طبعه من أي مطبوع.

نصف العنوان half title

العنوانُ المختصرُ الذي يطبع في أول صفحةٍ من أي كتاب.

نصف مربع (إن) en

نصفُ عرض مربعِ جسمِ أي حرف.

هـ

هابط descender

إنه ذلك الجزء من الحرف الذي يمتد تحت ارتفاع حرف x، مثلما في حرف p.

هامش الرأس head margin

المساحةُ البيضاءُ فوق أول سطرٍ من الصفحةِ المصفوفة.

هامش الكعب gutter

الهامشُ الداخليُّ للصفحةِ الذي يقع بين المساحة المطبوعة والتجليد.

و

سطح الحرف face

شكلُ أو نوعُ الحرف.

ورق الأغلفة cover stock

ورقٌ يُستخدم في تغليف الكتب.

ي

يُحزِّز score

يحدث ثنيةً في فرخٍ من الورق حتى يُطوى بسهولة.

W

شريط من الورق web

لفةٌ من الورق تُستخدم في الطباعة الشريطية.

الأرملة widow

كلمـةٌ واحدةٌ أو جـزء قـصيرٌ من سطرٍ يُنْهِي أيٌّ منهـمـا فقـرةً ويظهر في أعلى صفحةٍ ما.

الأرملُ بشعة المنظر، لذا يجب تجنبها.

X

ارتفاع الحرف x- height

المسافةُ من قاعدة حـرفٍ غير استهلالـي إلى قمتـه (باستبـعاد الصاعد أو الهابط).

الحمـــــــــد لله

زوايا شبكية screen angles

في الطباعةِ الملونة، يجب وضع الزاوية الشبكية لكل لون في موضعها الصحيح تفاديًا لحدوث تموج أو نمط غير مرغوب. الألوان وزواياها: الأسود (٤٥ْ)، الماجنتا (٧٥ْ)، الأصفر (٩٠ْ)، والسيان (١٠٥ْ).

حروف ذنابية serifs

زوائد على شكل خطوط قصيرة متقاطعةٍ في أطراف سيقان وأذرع العديد من الحروف (الإفرنجية) (*Sans serif* غير ذنابيةٍ، تعني عدم وجود خطوطٍ متقاطعة).

ملزمة signature

جزءٌ من كتاب يحتوي على فرخٍ مطوي من الورق به ٨، أو ١٦، أو ٣٢، أو ٦٤ صفحة.

صف مُصمت (طوالي) solid

مادةٌ مصفوفةٌ بدون فواصل بين سطورها.

صلب الكتاب spine

كعبُ (ظهر) الكتاب ويحتوي على العنوان وأسماء المؤلفين والناشر.

نزع strip

ضمُّ سالبةٍ فوتوغرافيةٍ إلى أخرى. عادةً ما تُستخدم مع الظلّيات لاستنساخٍ أوضح.

t

تخفيف اللون tint

كسرُ حدّةِ لونٍ مصمتٍ إلى لونٍ أخفَّ باستخدام شبكات النسب المئوية.

حجم التعريش trim size

حجمُ الكتابِ المنتهي بعد تعريش (قص) أطرافه الزائدة عن القطع المطلوب.

خطأ مطبعي typographical error

خطأ وقع فيه عامل الصفّ

v

صفحة زوجية verso

الصفحةُ اليسرى في المطبوعات الإفرنجية، واليمنى في المطبوعات العربية.

p

صفحة page

وجهٌ واحدٌ من فرخٍ من الورق.

ملصوقة paste up

تثبيتُ الأصـول والظليّات واللقطات الخـطيـةو. . . إلخ في أماكنها الصحيحة لتُكوِّن الآلية.

بايكا pica

سُدُسُ بوصةٍ أو اثنا عشر بنطًا.

لوح plate

سطحٌ معدنيٌ رقيقٌ لدنٌ منه تنتقل الصورة إلى سطح الوسيط المطاطيٌ في طباعةِ ليثوجرافيةِ الأوفست.

بنط point

وحدةُ قياسٍ (١/٧٢ من البوصة) تُستخدم في تمييز أحجام الحروف.

تصحيح (التجارب) proofing

مراجعةُ حروفِ المادة المصفوفة وغيرها، قبل الطبع.

r

صفحة فردية recto

الصفحةُ اليمنى في المطبوعات الإفرنجية واليسرى في المطبوعات العربية.

تصوير انعكاسي reverse

طريقة تَقلِب المظهر العادي للصوقةٍ ما، بها تصبح الحروف السوداء بيضاء، والمساحات البيضاء سوداء.

s

قياس الأبعاد scaling

حسابٌ للمعرفة المسبقة لحجم رسمٍ توضيحيٍ أو صورةٍ فوتوغرافية بعد القطل (القطع) أو التصغير أو التكبير.

يُحزِّز score

يُحدث ثنيةً في فرخٍ من الورق حتى يُطوى بسهولة.

علامات دليلية leaders

صفوفٌ من النقاطِ أو الشرطِ تُستخدم في توجيه العين أثناء القراءة في صفحة ما.

فوصلة (ترصيص) السطور leading

المسافةُ بين سطور مادةٍ مصفوفة.

فوصلة الحروف letterspacing

وضعُ مسافةٍ إضافيةٍ بين حروف كلمةٍ ما. تُستخدم أساسًا في الكلمات المصفوفة من حروف استهلالية (كابيتال).

لقطة خطية line shot

استنساخ دون استخدام شبكة ظلّية.

حروف غير استهلالية lowercase

حروفٌ صغيرةٌ (سمول)، تمييزًا لها عن الحروف الاستهلالية (كابيتال).

m

قياس measure

عرضُ سطر صفحةٍ مصفوفةٍ ويُقاس بوحدات البايكا.

آلية mechanical

الملصوقةُ (أي الصفحة الملصوقة) الجاهزةُ للتصوير.

n

سالبة negative

فلمٌ ذو إشراقٍ لونيٍّ عكس الأصل. المساحات القاتمة تظهر بيضاء في حين تظهر المساحات البيضاء قاتمة.

o

طباعة ليثوجرافية الأوفست offset-lithography

عمليةٌ طباعيةٌ تُصوِّر فيها الصورة فوتوغرافيًا، ثم تُنقل على لوحٍ معدنيٍّ. هذا اللوح يَنقُل الصورة إلى وسيطٍ مطاطيٍّ ينقلُها بدوره على الورق.

نسخ زائدة overrun

النسخُ المطبوعةُ زيادةً على عدد النسخ المطلوب طبعه من أي مطبوع.

h

نصف العنوان half title

العنوانُ المختصرُ الذي يُطبع في أول صفحة من أي كتابٍ.

ظلّيّة (هافتون) half tone

صورةٌ فوتوغرافيةٌ تحولت إلى مجموعةٍ من النقاط لطباعتها.

هامش الرأس head margin

المساحةُ البيضاءُ فوق أول سطرٍ من الصفحة المصفوفة.

شديد الإضاءة highlight

أفتحُ جزءٍ في صورةٍ فوتوغرافيةٍ يتمثل في الظلّية بأصغر نقاطٍ أو بعدم وجود نقاطٍ.

i

توضيب الفورمة (رمي الصفحات) imposition

توضيبُ الصفحات داخل إطار (فورمة) الطبع بترتيبٍ صحيحٍ تمهيدًا للطباعة.

إيطالي italic

حروفٌ مائلةٌ تُستخدم في الكلمات التي تحتاج إلى إبراز.

j

ضبط طول السطر justify

يساوي طرفي عمودٍ ما حتى يكونا متوازيين.

k

تذنيب kerning

ضبطُ المسافاتِ بين الحروف، أي تساوي المسافات بين ذُنابات الحروف.

l

توضيب (إخراج) layout

الترتيبُ الفعليُّ لأيِّ عملٍ مقترحٍ أو رسمه أو تخطيطه (اسكتش).

نصف مربع (إن) en

نصف عرضِ مربعِ جسمِ أي حرفٍ.

حرف ممطوط extended type

حرفٌ عرضُه أكبر من المعتاد.

f

سطح الحرف face

شكلُ الحرف أو نوعه.

سطح الطبع flat

سالباتٌ أو موجباتٌ جاهزةٌ لإعداد اللوح المُحسَّس.

لحم flush

أي بدون فراغٍ بين أول الكلام والهامش. على اللحم شمال تعني (في الإفرنجي) أن يبدأ العمود من الهامش الشمال؛ على اللحم يمين (في الإفرنجي) تعني أن ينتهي العمود عند الهامش اليمين (والعكس في العربي).

رقم الصفحة folio

رقمُ تسلسل الصفحة.

فورمة الصفحة format

قطعٌ، وشكلٌ، وهوامشُ، ومتطلباتٌ طباعيةٌ،... إلخ، لصفحة مطبوعة.

عملية التلوين الكامل (الطباعة الملونة) full-color process

الطباعةُ بالألوان الأساسية: الأسود، الماجنتا، السيان، والأصفر.

تُعرف أيضاً بعملية طباعة الألوان الأربعة.

g

تجربة سلخ (تجربة لوحية) galley proof

استنساخُ المتن قبل إعدادِ الصفحة.

هامش الكعب gutter

الهامشُ الداخليُّ للصفحةِ الذي يقع بين المساحة المطبوعة والتجليد.

صف بارد cold type

أيَّةُ طريقة لصفٍّ الحروف غير طريقة المعدن الساخن. تشمل الأصل المنسوخ على الآلة الكاتبة حتى الطباعة الليثوجرافية بالأوفست.

جمع الملازم collate

تجميعُ الأفرخِ بعد طيها في مجموعاتٍ كاملةٍ قبل التجليد.

بوصة عمودية column inch

وحدة قياس في إعلانات الصحف بطول بوصةٍ واحدةٍ وعرض عمودٍ واحدٍ.

ورق الأغلفة cover stock

ورقٌ يُستخدم في تغليف الكتب.

علامات القطل (القطع) crop marks

علاماتٌ توضع على هوامش الصور الفوتوغرافية أو الرسوم لتوضيح المساحات المطلوب استبعادها عند التصوير.

d

حذف delete

استبعادُ شيءٍ ما غالبًا مايكون حرفًا أو حروفًا طباعية.

هابط descender

إنه ذلك الجزءُ من الحرف الذي يمتد تحت ارتفاع حرف x، مثلما في حرف p.

رقم الصفحة السفلي drop folio

رقمُ الصفحة الذي يُطبع في أسفل أيَّة صفحةٍ.

دُمية (نموذج طباعي-ماكيت) dummy

توضيبٌ أوليٌّ يوضح شكل الأصول والصور والرسوم التوضيحية كما ستظهر في شكلها الطباعي النهائي.

ديوتون- ظلية من لونين duotone

طباعةٌ ظلّيةٍ من لونين أصلها صورةٌ فوتوغرافيةٌ من لونٍ واحدٍ.

e

مربع (إم) em

مربعُ جسم حرفٍ ما.

سيحان bleed

امتدادُ الصفحةِ المطبوعةِ (١/٨") بعد خط التعريش في صفحةٍ ما.

تكبير blow-up

أي تكبيرِ الصور أو الظليات.

جسم الحرف (البنط) body type

الحرفُ المستخدم في متنِ كتابٍ ما، عادة ما بين بنط ٦ –١٤.

حرف أسود boldface type

حرفٌ أسمَكُ من حرف جسمٍ ما.

رقم الكتاب (الرقم الدولي المقنن للكتاب) book number (ISBN)

يُحدِّد هويةَ الكتاب. يتكون من ثلاثة أجزاء (بادئة الناشر، ورقم العنوان، ورقم الفحص) تكون عادة منفصلةً عن بعضها البعض بالشرطة الواصلة (–).

ثخانة نوعية bulk

ثخانة الورق بحسب عدد الأفرخ في البوصة.

C

أصول جاهزة للتصوير camera-ready copy

أصولٌ، عملٌ فنيٌّ، ظلياتٌ، ... إلخ، مُعدةٌ لكي تُصوَّر للطباعة.

عنوان الشكل caption

وصفٌ يوضع أسفل أو أعلى الصور الفوتوغرافية أو الرسوم التوضيحية. من الناحية الفنية، يوضع العنوان فوق الرسوم التوضيحية، ... إلخ، أما التعليق على الشكل فيكون أسفله.

عدد الحروف character count

العددُ الإجماليُّ لحروف سطرٍ أو فقرةٍ أو أصول كتابٍ بأكمله.

حروف طباعية characters

أسطح الحروف الطباعية منفردة، سواءٌ كانت حروفًا هجائية، أو أرقامًا أو علامات ترقيم، ... إلخ، والتي منها يتكون أي سطرٍ في أي مطبوعٍ.

إنجليزي / عربي

a

acetate — **أسيتات**

فرخٌ شفافٌ يستخدم كغلالة.

agate line — **سطر إعلاني**

مقياسٌ عياريٌّ يُستخدم في أطوال أعمدة المساحة الإعلانية؛ أربعة عشر سطراً إعلانياً تساوي بوصةً عموديةً.

alteration — **تعديل**

تغييرٌ في مادة الأصول يُجرَى في مرحلة تجارب الطبع، ويختلف التعديل عن التصحيح في أن الأخير يستبعد الأخطاء المطبعية.

appendix — **ملحق**

مادةٌ تُلحق بمتنِ الكتاب.

ascender — **صاعد**

ذلك الجزءُ من الحرفِ الذي يرتفعُ عن ارتفاع الحرف x، مثلما في الحرف d.

b

backbone — **كعب**

العمودُ الفقريُّ للكتاب المجلَّد والذي يصل مابين الغلافين. يُعرف أيضًا بـ Spine.

Benday — **بنداي**

شبكةٌ منقطةٌ تُشير إلى نسبٍ مئويةٍ (١٠-٩٠٪) من لونٍ مصمت.

التسميةُ نسبة إلى المخترع، بنيامين داي.

binding — **تجليد**

تغليفُ صفحاتِ كتابٍ ما. هناك عدة أنواعٍ من التجليد، مثل: خياطة سميث، خياطة جانبية، خَزْم (تدبيس) جانبي، خَزْم حصان، تجليد بشر.